

Treball de fi de grau

Títol

ES VEN

Disseny, planificació, viabilitat i reproducció d'un documental televisiu en règim de coproducció entre Espanya i Portugal

Autor/a

Lluís Elías Noya

Tutor/a

Ángel Custodio Gómez

Departament	Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual
Grau	Periodisme
Tipus de TFG	Projecte
Data	02/09/2016

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català: Es ven. Disseny, planificació, viabilitat i preproducció d'un documental televisiu en règim de coproducció entre Espanya i Portugal.

Castellà: Se vende. Diseño, planificación, viabilidad y preproducción de un documental televisivo en régimen de coproducción entre España y Portugal.

Anglès: For sale. Design, planification, viability and pre-production of a television documentary in co-production between Spain and Portugal.

Autor/a: Lluís Elias Noya

Tutor/a: Ángel Custodio Gómez

Curs: 2015/16

Grau: Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català: Documental, preproducció, planificació, coproducció, Espanya, Portugal, gentrificació, ciutat, Barcelona, Lisboa

Castellà: Documental, preproducción, planificación, coproducción, España, Portugal, gentrificación, Barcelona, Lisboa

Anglès: Documentary, preproduction, planification, coproduction, Spain, Portugal, gentrification, city, Barcelona, Lisboa

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català: En aquest Treball de Fi de Grau s'hi pot trobar la planificació, el disseny i la viabilitat d'un projecte documental en règim de coproducció entre Espanya i Portugal. 'Es ven' pretén ser una peça audiovisual crítica, dins d'un projecte transmèdia, que posi de manifest les desigualtats generades a partir de les apropiacions i alteracions de l'anomenat espai urbà. Més concretament, gira entorn del fenomen de la gentrificació i ho fa de la mà de quatre personatges protagonistes que mitjançant les seves experiències personals ens guiaran per les ciutats de Lisboa i Barcelona. El treball està constituït per cinc blocs: al primer hi trobem els referents teòrics sobre el gènere, al segon s'introdueix el marc teòric, al tercer s'analitza el mercat i les vies d'explotació, el quart es centra en els aspectes formals del projecte i s'acaba amb el bloc de les valoracions.

Castellà: En este Trabajo de Final de Grado se encuentra la planificación, el diseño y la viabilidad de un proyecto documental en régimen de coproducción entre España y Portugal. 'Se vende' pretende ser una pieza audiovisual crítica, dentro de un proyecto transmedia, que ponga de manifiesto las desigualdades generadas a partir de las apropiaciones y alteraciones del 'espacio urbano'. Más concretamente, gira en torno al proceso de gentrificación y lo hace de la mano de cuatro personajes protagonistas que mediante sus experiencias personales nos guiarán por las ciudades de Lisboa y Barcelona. El trabajo está constituido en cinco bloques: en el primero encontramos los referentes teóricos sobre el tema, en el segundo se introduce el marco teórico, en el tercero se analiza el mercado y las vías de explotación, el cuarto se centra en los aspectos formales del proyecto y en el último las valoraciones.

Anglès: This final degree work includes the design, planification, viability and pre-production of a television documentary in co-production between Spain and Portugal. 'For sale' pretends to be a critical documentary, inside a transmedia world, which demonstrates all the inequalities generated out of the alteration and modification of the public space. Specifically, it shows the proces of gentrification in Lisbon and Barcelona thanks to the personal stories of the four main characters. This work is divided in five sections: in the first one we can find theoretical references about documentaries, in the second section we have a brief theoretical framework, in the third we will find the market analysys, the fourth is focused on the project, and finally in the last one we have all the conclusions.

*A les ciutats de Barcelona i Lisboa
i als moviments veïnals que resisteixen.*

*A l'Àngel Custodio, tutor del treball,
per la seva dedicació i paciència.*

INDEX

INTRODUCCIÓ.....	5
PRESENTACIÓ DEL PROJECTE	5
MOTIUS I JUSTIFICACIÓ.....	5
OBJECTIUS	6
ESTRUCTURA DEL TREBALL.....	7
BLOC 1. ANÀLISI DELS REFERENTS. D'ON VENIM I CAP A ON ANEM.....	8
1.1 NARRATIVA I FORMAT	8
1.2 REFERENTS FORMALS I ESTRUCTURALS.....	14
1.2.1 Llistat referents formals:.....	14
1.3 TEMÀTICA I CONTINGUT	15
1.4 REFERENTS A NIVELL AUDIOVISUAL.....	16
1.5 POSICIONAMENT DE LA PROPOSTA.....	19
1.6 UNIVERS TRANSMÈDIA	19
BLOC 2. ESTUDI DEL TEMA.....	21
2.1 L'ESPAI PÚBLIC COM A IDEOLOGIA	21
2.2 QUÈ ÉS LA GENTRIFICACIÓ?	23
2.3 CONTEXT DELS PROCESSOS DE GENTRIFICACIÓ A LES CIUTATS DE LISBOA I BARCELONA.....	24
BARCELONA	24
LISBOA	28
2.4 PROGRAMA ERASMUS COM A ACOTR REVALORITZADOR DE LES CIUTATS ...	31
BLOC 3. ANÀLISI DE MERCAT.....	33
3.1 FINESTRES D'EXPLOTACIÓ	33
3.2 ANÀLISI DEL MERCAT TELEVISIU A ESPANYA	34
3.2.1 Espanya.....	34
3.2.2 Catalunya	36
3.3 ANALISI DEL MERCAT TELEVISIU A PORTUGAL:	37
3.5 ALTRES FINESTRES D'EXPLOTACIÓ: INTERNET, VOD, FESTIVALS.....	37
3.5.1 Exhibicions:.....	37
3.5.2 Internet:.....	38
3.5.3 Video on Demand	39
3.5.4 Festivals a Espanya i Portugal	39
3.6 TARGET	42
3.7 DAFO	45
BLOC 4. PRESENTACIÓ FORMAL DEL PROJECTE	46
4.1 PRESENTACIÓ DETALLADA I FORMAL	46
4.2 FITXA TÈCNICA I ARTÍSTICA	47
4.3 SINOPSIS.....	48
4.3.1 Sotyrline:.....	48
4.3.2 Sinopsis llarga:.....	48
4.4 ESCALETA PRÈVIA - GUIÓ LITERARI	50
4.5 TRACTAMENT DEL SO I LA IMATGE	56
4.6 LOCALITZACIONS	60
4.7 PARTICIPANTS	61
4.8 MATERIAL TÈCNIC	62
4.9 EQUIP HUMÀ	67
4.10 PLA DE PRODUCCIÓ	68
4.11 PLA DE RODATGE	68

4.12 PLA DE MUNTATGE I DE POSTPRODUCCIÓ.....	69
4.13 PRESSUPOSTOS DESGLOSSATS PER CAPÍTOLS I FASES:.....	70
4.14 PLA FINANCER:.....	76
4.15 GRAFISME I IMATGE CORPORATIVA.....	83
BLOC 5: VALORACIONS	85
5.1 VIABILITAT DEL PROJECTE	85
5.2 CONCLUSIONS	87
BIBLIOGRAFIA	¡Error! Marcador no definido.
ANNEX	90

ÍNDEX D'IMATGES, FIGURES I TAULES

FIGURES:

FIGURA 1.1	20
------------	----

IMATGES:

IMATGE 4.1	58
IMATGE 4.2	58
IMATGE 4.3	63
IMATGE 4.4	63
IMATGE 4.5	83
IMATGE 4.6	84

TAULES:

TAULA 1.1	90
TAULA 2.1	28
TAULA 3.1	65
TAULA 4.1	47
TAULA 4.2	56
TAULA 4.3	61
TAULA 4.4	91
TAULA 4.5	71
TAULA 4.6	72
TAULA 4.7	73
TAULA 4.8	74
TAULA 4.9	75

INTRODUCCIÓ

Aquest Treball de Fi de Grau pretén dissenyar i planificar el que seria un projecte de documental en règim de coproducció entre Espanya i Portugal. Aprofitant la conjuntura actual el documental serveix de síntesi comparativa entre dos grans ciutats europees, Lisboa i Barcelona, per denunciar els processos de gentrificació i turistificació que estan patint ambdues ciutats des de fa algunes dècades. Al llarg del treball podem trobar referències al projecte tant en portuguès com en català, és a dir, s'usa ambdós títols indiferenciadament.

PRESENTACIÓ DEL PROJECTE

‘Es ven’ és un projecte documental emmarcat dins d'un univers transmedia, amb vocació pedagògica, que ha de servir com a eina per aportar claredat dins del debat de la gestió i la construcció de les anomenades ciutats marca o ciutats aparador. Un fenomen que s'estén arreu del món des de fa varies dècades, però que en aquest treball acotem a la ciutat de Barcelona i de Lisboa per la seva proximitat i per algunes dinàmiques sincròniques. El projecte transmèdia està format per un llargmetratge documental, per un documental interactiu pensat per a plataformes web, i finalment per un joc físic derivat de la versió clàssica del ‘Monopoly’ amb unes revisió crítica de les dinàmiques tradicionals emfatitzant la sostenibilitat de les ciutats.

MOTIUS I JUSTIFICACIÓ

El projecte sorgeix degut a l'estada Erasmus que vaig realitzar a la ciutat de Lisboa durant l'últim any del meu grau universitari i que coincidia amb la realització d'aquest treball. Un cop instal·lat a la ciutat lusitana arriba el moment d'escollir una temàtica i buscar un objecte d'estudi per al projecte. Després de varies opcions, centro la meua atenció dins de la subdisciplina de l'antropologia urbana atret per la idea dels canvis morfològics de les dues ciutats, no només com a observador sinó també com actor. Uns patrons que com veurem no són casuals i que en la major part dels casos es repeteixen tant a les ciutats de Barcelona i Lisboa com a qualsevol capital Europea redissenyada i planificada per a la mercantilització de l'espai urbà. Unes ciutats que a la vegada competeixen entre elles per poder vendre el seu capital al millor postor.

La meua interacció amb el turisme i la meua participació dins d'un programa de mobilitat internacional a Lisboa fa decantar-me per un projecte on es posi de manifest la degradació de la vida quotidiana dels habitants locals en favor d'un nínxol de mercat que obre les portes a les ciutats com a grans espais de consum. Un denominador comú amb la ciutat de Barcelona, molt més massificada i amb unes xifres planetàries, que em permetrà estudiar quins són els processos i els orígens d'aquestes alteracions de l'espai urbà i quines conseqüències tenen a curt i llarg termini per a les ciutats i els seus habitants.

Així doncs, davant la urgència d'aquesta problemàtica el documental neix per intentar pal·liar els efectes d'aquest turisme massiu, d'aquesta degradació de barris per a l'especulació dels grans capitals, i sobretot per dignificar la vida d'aquells que s'hi decideixen quedar malgrat les pressions tant de l'administració com d'organismes privats per abandonar els seus habitatges.

OBJECTIUS

L'objectiu del treball, com s'ha mencionat anteriorment, és el de fer de peça, més aviat de contrapunt, dins d'un trencaclosques complex. Entendre des d'una visió global i local quins són els avantatges i els desavantatges, materialitzats en desigualtats, que suposa el turisme massiu fomentat des dels organismes públics i privats. Entendre qui es beneficia realment d'aquestes dinàmiques i com repercuteixen envers als ciutadans. Així doncs, el treball no només pretén ser un projecte de documental per distribuir-se en un circuit tancat sinó que pretén obrir un univers transmedia on l'usuari, en termes d'audiència, i el ciutadà, en termes d'activisme, pugui ser partícip a l'hora de construir el relat en altres esferes o espais.

Els objectius, doncs, més enllà de les audiències i el reconeixement professional són els d'utilitzar el documental com a eina social, sense caure en el documental propagandístic (Leni Riefenstahl) però sense obviar la subjectivitat i la nota d'intenció intrínseca que aporten els autors.

ESTRUCTURA DEL TREBALL

Pel que fa a l'estructura cal destacar que el treball es divideix en quatre grans blocs. En el primer bloc s'analitzen els referents del món del documental, fent un repàs des d'una vessant teòrica del gènere i del format. A més, també s'esmenta breument els nous models d'interactivitat i transmedialitat.

Al tercer bloc, seguint amb la vessant teòrica de l'anterior hi trobem l'objecte d'estudi del tema i el marc teòric. Dotant així el projecte amb una base acadèmica que serveixi per fonamentar totes les conceptualitzacions i dissertacions posteriors. S'entén que no es pot tirar endavant un projecte sense un estudi previ del tema, tant a nivell teòric com empíric, que justifiqui els marcs d'interpretació escollits.

Pel que fa al tercer bloc hi trobem l'apartat de viabilitat en clau comercial. És a dir, un anàlisi de mercat per establir quins podrien ser els millors canals de distribució i explotació del documental, tenint en compte cadenes televisives, sales de cinema, plataformes web i d'altres que trenquen amb l'exclusivitat d'explotació del producte i faciliten la juxtaposició de diferents elements.

Respecte al quart bloc cal destacar que és l'apartat centrat en el contingut i en els aspectes formals del projecte documental. En aquest apartat hi trobem tots els aspectes tècnics que constitueixen els fonaments bàsics del llargmetratge. Des de la sinopsis més bàsica del projecte fins al gruix dels pressupostos.

Finalment, el treball acaba amb unes conclusions sobre el projecte que sintetitzen i valoren tot allò que s'ha posat de manifest prèviament.

BLOC 1. ANÀLISI DELS REFERENTS.

D'ON VENIM I CAP A ON ANEM

Per entendre quin tipus de documental volem dur a terme, tant a nivell formal com a nivell de contingut, hem de revisar el treball realitzat prèviament per altres professionals, tant a nivell teòric com pràctic, dins del món de l'audiovisual. El gènere del documental és especialment atractiu ja que permet explicar històries de no ficció – tot i que cada vegada els límits són més difusos- explorant diverses perspectives i modalitats. És a dir, aportar una nota d'intenció intrínseca i subjectiva per part del director o directora a històries o situacions reals. A mesura que el gènere s'ha anat consolidant, ja que parlem d'un gènere relativament recent, així com també ho és el cinema a diferència d'altres disciplines, s'ha anat avançant i explorant noves vies per al cap i a la fi construir, o deconstruir, un relat. Des dels seus inicis amb finalitats antropològiques fins a les peces interactives d'avui en dia hi trobem una gran varietat de tipologies, les quals es poden barrejar i alterar, que desglossarem a continuació.

1.1 NARRATIVA I FORMAT

Pel que fa a les tipologies de documental en aquest apartat agafarem com a punt de referència les diferents modalitats classificades per Bill Nichols l'any 1997 a *La representación de la realidad* i revisades posteriorment per ell mateix l'any 2001 a *Introduction to documentary*. A més, també afegirem dos modalitats de documentals emergents que no recull l'autor en els seus treballs previs.

Per entendre els orígens del gènere documental ens podem remuntar als mateixos orígens del cinema amb l'aparició del cinematògraf dels germans Lumiere i la seva primera peça, *La sortida dels obrers de la fàbrica*, de l'any 1895. Tot i que és considerada la primera obra cinematogràfica de la història, també podríem assenyalar que en sí la peça, tot i ser premeditada i dirigida, grava la sortida d'uns personatges sense interactuar amb la càmera. Una obra que documenta una acció típica de la època tot i que amb algunes variacions atípiques com ara la vestimenta. Tot i estar dirigida i no ser espontània podem matisar que avui en dia les recreacions fictícies basades en fets reals són molt típiques dins del gènere del documental, com per exemple, els recursos utilitzats per Andrew Jarecki a la sèrie documental 'The Jinx'.

No obstant, no serà fins més endavant que es comença a diferenciar el gènere del cinema documental. Les primeres bases del documental, com assenyala el documentalista Arnau Gifreu basant-se en Nichols, les aporten aquelles expedicions socioetnogràfiques juntament amb el moviment del documental britànic, prenent com a referència l'obra de Robert Flaherty i John Grierson, qui a més, serà un dels primers teoritzadors sobre el gènere (Nichols, 1991:68-72 i Nichols, 2001:105-109). A tot això, gràcies a les aportacions de Flaherty i les del pioner soviètic Dziga Vertov (del qual també s'adjudica el mode reflexiu) s'estableixen les bases sobre el que serà el cinema observacional. Primer conegut com a *cinema verité* a França i més endavant desenvolupat als Estats Units i Canadà fins consolidar-se com a *direct cinema*, on s'intenta representar la realitat de forma directa i real, entenent sempre la subjectivitat intrínseca de qualsevol obra audiovisual.

A partir d'aquestes obres i autors, són molts els camins que s'exploren fins arribar a dia d'avui, on encara queda una gran trajectòria per recórrer i innovar. Les diferents tipologies, de les quals ens agafarem com a referents en aquest projecte, són les següents: expositiva, poètica, reflexiva, observacional, participativa (anteriorment coneguda com a interactiva) i performativa (Taula 1.1 dels Annexos). Finalment podem trobar les modalitats de documental interactiu i de fals documental com a nous gèneres i formats que s'ha cregut convenient mencionar.

El documental expositiu és el que s'associa directament amb el tipus clàssic de documental. És a dir, és aquell que es dirigeix a l'espectador directament utilitzant imatges. En aquesta modalitat la funció és més aviat retòrica que estètica predominant el discurs i el missatge que va dirigit unidireccionalment a l'espectador. A més, als seus llibres "Bill Nichols continua argumentant de forma tímida però directa que el documental en sí és una forma de retòrica" (A. Gifreu, 2014). A part de les imatges en aquest tipus de documental s'acostuma a utilitzar els títols de text o les veus en off per a guiar i fer de fil conductor, "emfatitzant així la idea d'objectivitat i de lògica argumentativa" (A. Gifreu, 2014). Com assenyala Nichols (1997) el mode expositiu emfatitza la impressió de la objectivitat i dels arguments contrastats amb la capacitat de jutjar accions dins la història mundial sense caure en elles, des d'una perspectiva llunyana.

“El coneixement en el documental expositiu sol ser epistemològic en el sentit que atorga Foucault: aquestes formes de certesa interpersonal que estan en conformitat amb les categories i conceptes que s’accepten com a reconegudes o certes en un temps i lloc específic, o amb una ideologia dominant del sentit comú com la que sostenen els nostres propis discursos de la sobrietat. El que atribueix cada text a aquesta reserva de coneixement es nou contingut, un nou camp d’atenció al que se li poden aplicar conceptes i categories familiars. Aquesta es la gran premissa del mode expositiu, ja que es pot abordar un tema dins d’un marc de referència que no cal qüestionar-lo ni establir-lo sinó simplement donar-ho per sabut. (Nichols a Revista Miradas, 2001:4)”

Pel que fa la modalitat poètica Nichols atribueix la seva aparició amb les avantguardes artístiques del cinema del segle XX. Aquesta dimensió poètica dins del cinema pren una part vital pel que fa al naixement d’una veu documental (Nichols, 2001:105). Com assenyala l’autor aquesta modalitat de tipus poètica tot i que té els seus orígens ja a finals de segle XX és una modalitat que ha anat ressorgint durant diferents períodes. El mode poètic sacrifica la continuïtat de la edició i el sentit d’una localització específica en el temps i espai que deriva per explorar associacions i patrons que involucren ritmes temporals i juxtaposicions espacials. Així doncs, l’objectiu d’aquesta modalitat és la de crear un to i estat d’ànim determinat més que proporcionar informació a l’espectador, obrint a noves possibilitats i formes alternatives de transferir la informació. (A. Gifreu, 2014). Exemples d’aquesta modalitat serien els autors Walther Ruttmann, Jean Vigo i Joris Ivens, així com aquelles pel·lícules avantguardistes i experimentals pròximes al neorealisme. Bill Nichols exemplifica el cinema experimental poètic prenent com a referència pel·lícules de Luís Buñuel com per exemple *Un perro andaluz* on juntament amb Salvador Dalí, principal mentor del surrealisme dins de l’art plàstic, s’endinsen amb aquesta peça surrealista i d’avantguarda.

Una altre modalitat, molt lligada a l’anterior, és la que Nichols defineix com la modalitat de representació reflexiva, una de les tipologies més autocrítiques i autoconscients segons l’autor. “Mentre que la major part de la producció documental s’ocupa de parlar sobre el món històric, la modalitat reflexiva aborda la qüestió de com parlem sobre aquest món històric.” (Nichols a de Revista Miradas, 2001:10). Aquesta tipologia sorgeix del desig per posar a prova la impressió de la realitat que les altres

modalitats transmeten normalment sense cap tipus de problema. En aquest cas la representació reflexiva serveix de contrapunt i es converteix en una modalitat antagònica al mode expositiu. Com hem comentat prèviament dins de la modalitat expositiva és pot abordar un tema dins d'un marc de referència que no cal qüestionar-lo ni establir-lo sinó que simplement es dóna per fet. En canvi, en la vessant reflexiva, com ja succeeix amb la poètica, el text desplaça el centre d'atenció del contingut a les propietats de la pròpia peça. Així com la modalitat poètica dirigeix la nostra atenció a la forma la modalitat reflexiva ens fa reflexionar sobre aquesta. "Els textos reflexius són conscients d'ells mateixos no tan sols amb el que respecta a la forma i a l'estil, com succeeix amb els poètics, sinó que també amb aquelles qüestions com la estratègia, la estructura, les convencions, les expectatives i els efectes" (Nichols a Revista Miradas, 2001:10). Com recull l'autor el mode reflexiu pretén qüestionar el dogma de que les pel·lícules documentals només són bones quan el contingut és convincent.

"La modalitat reflexiva posa el seu èmfasis en el dubte epistemològic. Insisteix en la intervenció deformadora de l'aparell cinematogràfic dins del procés de representació. El coneixement no està tan sols localitzat sinó que es posa en dubte. El coneixement està *hipersituat*, emplaçat no només en relació a la presència física del realitzador sinó que també ho està en relació amb qüestions fonamentals sobre la naturalesa del món, l'estructura i la funció del llenguatge, així com el paper del so i la imatge documental, les dificultats de verificació i l'estatus d'evidència empírica dins la cultura 'occidental'." (Nichols a Revista Miradas, 2001:11)

Com assenyala Nichols posar el dubte del seu propi estatus en pràctica, convencions i valors pot representar la maduració d'aquest gènere.

Tornant als orígens del documental, trobem la modalitat observacional, desenvolupada a Canadà, Europa (França) i als Estats Units durant els anys posteriors a la segona Guerra Mundial consolidant-se a mitjans de la dècada dels 60. Una modalitat que ha generat discrepàncies entre teòrics i directors quant a la conceptualització dels moviments que l'integren. Dins de la modalitat observacional hi trobem els moviments de *cinema vérité* desenvolupat a França, cinema-direct als Estats Units, i finalment l'anomenat *candid-eye* a Canadà que assentarà les bases també del documental interactiu/participatiu.

“La principal diferencia entre el cinema verité francès i el cinema-direct és que l’artista del cine directe tenia la funció d’observador distanciat mentre que el de cinema vérité adoptava el de provocador.” (Nichols a Revista Miradas 2001:11)

Tot i així, podem dir que ambdós corrents s’integren dins del que Nichols descriu com a modalitat observacional. Gràcies a la sofisticació dels aparells cinematogràfics de l’època va ser possible dur a terme aquest tipus de gravacions on el que predomina és la no intervenció del realitzador. A més, Nichols també menciona el concepte de “Fly on the wall”, conegut per l’aparent invisibilitat del càmera dins de l’entorn en qüestió. Les principals crítiques d’aquest mode és la passivitat de l’autor a l’hora del conflicte, qüestionant els límits de la invisibilitat en moments de tensió o de crisi bèl·lica. Nichols a ‘Introduction to documentary’ exemplifica aquest fals dilema preguntant-se fins a quin punt el càmera hauria de filmar la immolació durant les protestes per la guerra del Vietnam o optar per ajudar a la gent a evitar aquestes situacions.

D’altre banda, amb la introducció del director com a part explícita dins del documental es crea la modalitat interactiva, més tard revisada pel mateix Nichols i modificada a participativa. A *La representación de la realidad: Cuestiones y Conceptos sobre el Documental*, Nichols qüestiona el paper del realitzador i la seva funció dins de la producció. L’autor es pregunta que ocorreria si aquest “intervingués o interactués trencant el vel de l’absència il·lusòria” (1997). Gràcies a l’evolució dels aparells i la sincronització de l’àudio aquest modalitat comença a agafar pes dins del món del cinema documental facilitant la participació dels autors dins de l’escena, acabant de provocar situacions com ja s’intuïa amb algunes peces del cinema vérité.

“Ja no calia reservar el discurs per a la postproducció en un estudi, completament aïllat de les vides d’aquells les imatges dels quals embellien la pel·lícula. Podien aproximar-se plenament al sistema sensorial humà: mirant, escoltant i parlant a mesura que percebien els esdeveniments i permetent un feedback com a resposta. La veu del realitzador podia escoltar-se tant com la de qualsevol alter, no a posteriori, en un comentari organitzat voice-over sinó en el lloc dels fets en una trobada cara a cara.” (Nichols a Revista Miradas 2001:13).

Anys després, a *Introduction to documentary*, Nichols decideix revisar el concepte i ampliar-lo com a modalitat participativa. En aquesta modalitat és més patent el discurs del realitzador, sense obviar, que en totes les modalitats hi ha una subjectivitat i nota d'intenció implícita. Pel fet d'explicitar-la en aquesta modalitat és erroni donar per objectives les altres modalitats que s'allunyen d'aquesta participació explícita.

Finalment, per tancar les diferents modalitats de Bill Nichols, trobem la tipologia performativa. Una modalitat força recent i que qüestiona els límits entre ficció i no ficció. Situant-se en una de les noves modalitats més avantguardistes del moment. Tal com passa amb la modalitat poètica aquest mode de representació, el performatiu, planteja qüestions sobre què és el coneixement. Què és el que compta com a coneixement o comprensió? Dins d'aquesta tipologia els grans referents són Alan Berliner, Nick Bromfield, Lourdes Portillo i Michael Moore (A. Gifreu, 2014).

Seguint amb les modalitats que juguen amb els límits entre la ficció i la no ficció hi trobem un subtipus anomenat Mockumentary, o també conegut com a fals documental en català. Tot i que els exemples són diversos a Espanya el fals documental o aquest tipus de projectes són coneguts sobretot gràcies a la recreació d'un telenotícies a la cadena catalana de Televisió Espanyola on es transmetia en un fals directe com el president Gorbachov havia estat assassinat durant un possible cop d'Estat a Rússia l'any 1991. Tot i que aquest projecte té el format d'un informatiu de televisió normal serveix d'inspiració per al que serà el primer gran fals documental a Espanya, com ho va ser la 'Operación Palace' de Jordi Évole. El mockumentary parteix d'una història fictícia narrada en un format o gènere de no ficció o de documental, evidenciant aquest marc interpretatiu que en moltes de les altres modalitats es donen directament com verídiques.

Per acabar, un de les tipologies quant a documental més pioneres a dia d'avui és el documental interactiu. En aquesta ocasió el documental interactiu no té a veure amb el que Bill Nichols definia com a tal l'any 1997. Sinó que centrant-se en els tres punts de vista que proposa ell, director, text i espectador, el documental interactiu és centra en la experiència única de l'espectador, en aquest cas també s'anomena usuari ja que "es requereix l'aportació física d'aquest" (Gaudenzi, 2009:8 a A, Gifreu 2011).

Al permetre aquesta interacció física el documental interactiu proporciona als usuaris una via de composició oberta per navegar a través del material. (Choi, 2009:45 a Gifreu 2011).

1.2 REFERENTS FORMALS I ESTRUCTURALS

Un cop destriats els tipus de documental que presenta Bill Nichols a nivell teòric passem a recollir breument quins són els referents audiovisuals, quant a estructura i forma, en els quals es basa el projecte. ‘Es ven’ és un documental que barreja diferents modalitats: podem dir que la tipologia primària és la participativa, amb moments observacionals, ja que incideix en el comportament i en el recorregut dels protagonistes i dista de la observació pura i casual. Així doncs, també podem dir que té algunes parts més expositives, amb la finalitat d’aportar una part informativa al projecte. Finalment al documental també hi trobem uns matisos de caràcter performatiu, prenent com a referència l’estil provocatiu i innovador de Michael Moore.

1.2.1 Llistat referents formals:

SICKO

L’obra de Michael Moore és un dels documentals per excel·lència d’aquesta darrera dècada. La peça de ‘Sicko’ com resa a la sinopsis és un documental de caràcter polític i social estrenat el 29 de juny de l’any 2007 destapant els greuges dins de l’atenció sanitària dels Estats Units. La peça audiovisual és molt interessant per aquest projecte quant a la construcció del relat. Utilitza uns mètodes provocatius aprofitant el recurs de la seva aparició en escena. És un documental sense filtres normatius que s’allunya de les convencions formals amb un estil més salvatge.

LA BANLIEU

‘La Banlieu’ és un documental dirigit i produït per Justin Webster. És un relat sobre la violència d’un dels barris més estigmatitzats de París. El documental beu de la modalitat observacional per construir el relat, barrejant de tant en tant entrevistes a especialistes amb una finalitat expositiva.

MAPA

‘Mapa’ és el primer documental-llargmetratge del guionista, director i productor de cinema León Siminiani. La peça va sortir a la llum l’any 2012 de la mà de la productora Avalon i amb la col·laboració de Daniel Sánchez Arévalo. El documental relata com un jove director espanyol és acomiadat del seu lloc de treball a la televisió. Per a fer realitat el seu somni de produir cinema, viatja a la Índia amb la intenció de fer el primer llargmetratge. Aquesta peça audiovisual s’allunya molt respecte a les modalitats escollides per aquest projecte. No obstant, l’ús dels seus plans descriptius serveixen d’inspiració per al projecte l’hora de descriure les ciutats o els barris més degradats.

LA DANSE

‘La Danse’ és l’últim documental del ja consagrat Frederick Wiseman. L’obra de Wiseman és molt evocadora sobretot quant a l’ús de la modalitat observacional i de l’estil mencionat anteriorment desenvolupat als Estats Units com a Direct Cinema. A més, també emfatitza la idea del cinema com a eina de canvi i reflexió social.

ENGLISH ACADEMY

Per tancar el llistat de referents formals trobem el documental dirigit per Kristina Rodemann i produït per TV3 sobre el paper de l’anglès a Espanya. El documental observacional gira en torn a una acadèmia d’anglès de Barcelona on un grup d’alumnes i el seu professor es preparen per a les proves de nivell oficials. El documental barreja entrevistes amb els protagonistes amb un seguiment continu dins del seu context personal fora de la acadèmia. ‘English Academy’ aposta pel que els productors anomenen com a ‘documedia’, amb un to divertit i amb un estil postmodernista.

1.3 TEMÀTICA I CONTINGUT

L’objecte d’estudi del projecte és força concret tot i que s’emmarca dins de temàtiques més generals i globals. Parlem de la ‘gentrificació’ un fenomen que a grans trets es defineix com el procés mitjançant el qual la població original d’un sector o barri, generalment cèntric i popular, és progressivament desplaçada per un altre amb un nivell adquisitiu major. Aquest fenomen va de la mà d’altres temes més tractats i més generalistes com ara la globalització, el neoliberalisme, la turistificació o l’urbanisme.

1.4 REFERENTS A NIVELL AUDIOVISUAL

'NO-RES' I 'CIUTAT MORTA'

NO-RES és un documental que data de l'any 2012 realitzat per la productora catalana Metromuster i en règim de coproducció amb TV3. Com assenyala la mateixa productora al seu portal web l'objectiu és generar un debat social a dos nivells. Per una banda pretén parlar de la gentrificació i la conseqüent destrucció del patrimoni històric de la Barcelona obrera. Al mateix temps també posa damunt la taula el tema de la producció independent i l'ús de les llicències lliures com a alternativa a la precarització de la producció audiovisual tradicional. El llargmetratge té una duració d'1h i 30 minuts.

A més, destaquen que va ser el primer documental català finançat gràcies al micro-mecenatge i també la primera coproducció que TV3 du a terme sota llicències lliures Creative Commons. És la mateixa productora que realitza el documental 'Ciutat Morta'.

BYE BYE BARCELONA

Bye Bye Barcelona és un documental dirigit i produït per Eduardo Chibás sense comptar amb finançament aliè. El documental té una durada de 52 minuts i mitjançant una gran multitud de testimonis el directors ens mostra la repercussió del turisme massiu que pateix la ciutat de Barcelona des d'aquesta última dècada. Com assenyala l'autor el documental pretén servir de contrapunt a la repetida idea que amb el turisme guanyem tots. Com explica a la plataforma la producció del documental ha sigut totalment *low-cost* amb una inversió mínima. Tot i que no es centra en el problema de la gentrificació en si el documental posa de manifest la turistificació i la monopolització de l'espai públic per i per als turistes.

THE VENICE SYNDROME

El síndrome de Venècia estrenat originalment com a 'Das Venedig Prinzip' és un documental alemany dirigit per Andreas Pilcher l'any 2012. La peça és un retrat audiovisual enfocat al turisme massiu que des de fa anys està passejant pels carrers i canals de la ciutat italiana. Venècia és un dels principals referents quant parlem de ciutat massificada i gentrificada. La ciutat està degradant-se any rere any amb l'arribada massiva de creueristes i turistes d'arreu del món en un espai limitat on a més han de coexistir amb els veïns de la zona que cada vegada són menys.

FORA DA VIDA

‘Fora da vida’ és un curtmetratge de 35 minuts realitzat i produït per la productora independent ‘Vende-se films’ de Lisboa. És un curtmetratge que barreja l’estil observacional d’un documental i que es dedica a seguir les històries de diferents famílies que viuen a les afores de la ciutat. La peça audiovisual va estar seleccionada per a presentar-se al festival IndieLisboa. Respecte a la temàtica d’aquest projecte, a diferència dels anteriors, ja no tracta el turisme i les massificacions sinó que es centra en l’exclusió social i l’estigmatització dels habitants dels barris d’extraradi, una temàtica totalment intrínseca al concepte de gentrificació.

GRUPO 7

Seguint amb els projectes que barregen històries reals amb personatges de ficció hi trobem la pel·lícula ‘Grupo 7’ dirigida per Alberto Rodríguez l’any 2012. La pel·lícula és una coproducció entre Atípica Films, La Zanco, Televisió Espanyola i Canal Sur, a més, va estar guardonada amb dos premis Goya per les seves interpretacions. Com resa la sinopsis la història es centra a la neteja que hi va haver al centre de la ciutat de Sevilla a partir de l’any 1987 durant els anys previs a l’Exposició Universal del 1992. Un grup de policies és l’encarregat de netejar l’espai urbà del centre de la ciutat traslladant el problema a les afores. Una pel·lícula que retrata perfectament la idea d’espai públic com a ideologia, així com també mostra la realitat de les Exposicions Universals. En aquest cas la peça audiovisual és un gran referent ja que a Lisboa, 6 anys després, l’any 1998 s’inaugurava a les afores de la ciutat els pavellons destinats a l’Exposició Internacional centrada en els oceans. Un tema que la antropòloga i sociòloga Patricia Pereira ha desenvolupat, juntament amb la Universidade Nova de Lisboa, a la seva tesis doctoral ‘*O Parque das Nações em Lisboa: uma montra da metrópole à beira-Tejo*’.

EN CONSTRUCCIÓN

Un dels referents més emblemàtics a l’hora de parlar de la ciutat de Barcelona i dels seus canvis morfològics durant la dècada dels 90 és sens dubte el documental dirigit pel cineasta José Luís Guerín. ‘En construcción’ narra la història de la construcció d’un bloc de pisos dins d’un barri amenaçat per un pla de reforma. Com assenyala Guerín a la mateixa sinopsis del documental en el procés no només muta el paisatge urbà sinó que també ho fa el paisatge humà.

15 AÑOS EN VENUS

‘15 años en Venus’ és un projecte molt interessant de baix pressupost realitzat i produït per dos periodistes catalans que centra la mirada al barri de la Mina (Sant Adrià del Besòs), més concretament, al bloc de pisos ‘Venus’. Com descriuen al projecte l’any 2000 es va iniciar un pla de transformació que preveia actuacions urbanístiques i socials. Una d’elles era enderrocar el bloc de pisos del carrer Venus i real·lotjar els seus ocupants en edificis de nova construcció. Es pretén, però, que els veïns paguin un diferencial de 30.000 € que no tots volen o poden assumir.

La pel·lícula documental s’ha exhibit a diferents festivals i tallers de la ciutat, així com també va estar en antena i amb una reposició d’estiu a BTV, la televisió de Barcelona. És un projecte molt interessant, ja que a part de partir d’un pressupost assequible i la proximitat que mostra amb els afectats, també va més enllà de la peça audiovisual i complementa el llargmetratge amb diferents activitats i debats. A més, després de passar ‘12 anys a Venus’ pel circuit de festivals on han estat seleccionats o projectats la intenció és alliberar el documental i obrir-lo a tot el públic.

FICCIÓN INMOBILIARIA

En el cas de ‘Ficción inmobiliaria’ ens trobem en un projecte sense antecedents formals dins del camp de la gentrificació. És tracta d’un recull d’imatges d’arxiu d’altres pel·lícules de ficció on, com descriuen a la plataforma, les problemàtiques associades a la qüestió de l’habitatge apareixen a la trama principal o creuades amb aquesta. A més, matisen, que la ficció en poques ocasions tracta llocs, a la ficció importa les històries, però aquest taller ha decidit recopilar tots els fragments on es menciona el problema urbanístic deixant de banda el fil narratiu. El resultat és una trilogia de tres projectes molt interessants amb una duració de 30 minuts.

MUSEO DE LOS DESPLAZADOS

En relació amb el projecte anterior no podem obviar mencionar el ‘Museo de los desplazados’ com a eina totalment essencial a l’hora d’informar i combatre la gentrificació als nostres barris. El projecte anterior, Ficción Inmobiliaria, neix a partir dels tallers d’aquesta plataforma. El ‘Museo de los desplazados’ sorgeix de la mà del col·lectiu ‘Left Hand Rotation’ després del projecte-taller Gentrificació no és nom de dona.

1.5 POSICIONAMENT DE LA PROPOSTA

El documental ‘Vende-se’, submergit en un univers transmedia, té la novetat de mostrar la problemàtica com un aspecte universal o *glocal*¹. És a dir, traslladar el mateix problema simultàniament a dos ciutats de diferents països, per donar a entendre a la mateixa peça audiovisual que la gentrificació no és una conseqüència casual i natural de la transformació de la ciutat sinó que és un procés premeditat totalment relacionat amb el sistema capitalista que les envolta. A més, ho fa d’una manera dinàmica barrejant les històries de quatre personatges que paradoxalment a la vegada són ‘víctimes’ i perpetuadors d’aquest fenomen. A més, pretén construir el relat mitjançant les experiències dels quatre protagonistes però alternant-ho amb una breu introducció als conceptes de gentrificació per guiar a l’espectador amb una informació clara i contrastada del procés.

La principal novetat respecte els altres projectes és sens dubte la transmedialitat d’aquest projecte. És a dir, la unió de les diferents parts del projecte per a crear un mateix univers que a l’hora és va eixamplant amb les aportacions dels espectadors-usuaris. El documental interactiu pretén ser una experiència única per a l’usuari que barregi camins hipertextuals amb fragments audiovisuals del documental i extres.

1.6 UNIVERS TRANSMÈDIA

Com ja s’ha mencionat anteriorment en el cas d’aquest projecte cal emmarcar el llargmetratge documental dins d’un paradigma transmedia. És a dir, traslladar els continguts a altres plataformes i actors per construir un relat que no estigui tancat promovent així un debat més transparent per traslladar les problemàtiques a les agendes d’opinió pública. Com explica Arnau Gifreu a *L’ús del documental transmedia com a eina per el canvi social* aquest nou gènere, la narrativa transmedia, té la potencialitat d’utilitzar un conjunt d’estratègies d’apoderament ciutadà que des de la societat civil pot contribuir a la transformació de les injustícies i desigualtats socials. (Gifreu 2015:115).

¹ Roland Robertson defineix el terme *glocal* com la barreja dels processos globalitzadors i locals.

“El concepte de narrativa transmèdia (transmedia storytelling, en anglès) va ser proposat per l’investigador i professor Henry Jenkins (2003) en un article publicat a la revista Technology Review del Massachusetts Institute of Technology (MIT) com a expressió per denominar les experiències narratives que es despleguen a través de diversos mitjans o plataformes.” (A. Gifreu, 2014:24).

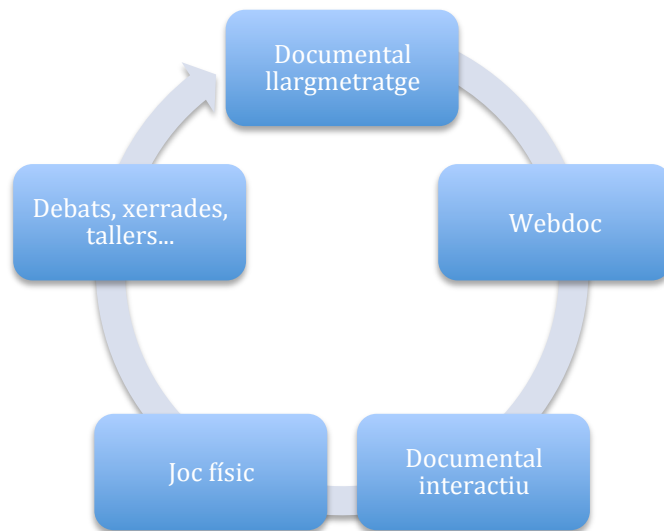


Figura 1.1: Elements que conformen el paradigma transmedia del projecte.

BLOC 2. ESTUDI DEL TEMA

En aquest apartat, abans de començar a descriure les característiques del projecte, es pretén esbossar un breu marc teòric sobre l'estudi del tema en qüestió. En aquest cas sobre el fenomen o procés conegut com a gentrificació (neologisme anglès derivat de gentrification), també mencionat com a nobilitação en portuguès. Així doncs, obrirem aquest bloc basant-nos en el text del sociòleg Manuel Delgado i Daniel Malet posant de manifest quines són les connotacions ideològiques que comporten les diferents modificacions i alteracions de l'espai públic. A més, aquest breu marc servirà per dotar d'una base acadèmica i teòrica totes les conceptualitzacions posteriors recollides en aquest treball. També hi trobem una breu introducció sobre els orígens i els primers estudis sobre la gentrificació, així com també s'analitza els efectes del fenomen a les ciutats de Barcelona i Lisboa, destacant el papers dels estudiants Erasmus com a subjectes actius dins de la revalorització² dels espais.

2.1 L'ESPAI PÚBLIC COM A IDEOLOGIA

Per entendre quina és la connotació ideològica quan es modifica o s'altera 'l'espai públic' agafarem com a referència el llibre del sociòleg Manuel Delgado titulat *L'espai públic com a ideologia*. Com a breu síntesi cal entendre com el concepte abstracte d'espai públic s'acaba materialitzant en un objecte de canvi i mercantilització en benefici d'unes classes altes i en detriment d'aquells més vulnerables o que directament queden exclosos i estigmatitzats pel mateix sistema. Un concepte d'espai públic que va lligat a les corrents més ciutadanistes (Delgado et al. 2011:57).

“La noció d'espai públic com a instrument ideològic és l'espai democràtic per antonomàsia, el protagonista és aquest ésser abstracte al qual anomenem ciutadà [...] i es correspondria bastant bé amb el concepte de la mediació entre la societat civil i l'Estat, com si una cosa i l'altre fossin les mateixes i com si s'hagués generat un territori en el qual haguessin quedat cancel·lats els antagonismes socials”.

² Ús general segons el portal de la CCMA no recollit al DIEC en referència a un augment de valor.

L'autor també es pregunta a partir de quan aquest concepte d'espai públic s'ha implementat de forma central a les retòriques polític-urbanístiques i a les seves corresponents agendes. Una resposta, com matisa, que ens porta enseguida a detectar aquest moment coincidint amb l'expansió de les grans dinàmiques de la terciarització, la gentrificació i la tematització que ha conegut, o estan coneixent, quasi totes les ciutats europees a uns nivells d'abast planetari (Delgado, 2005).

Aquests fets mencionats anteriorment van totalment lligats al neoliberalisme que s'ha establert com a sistema hegemònic consolidant-se a la major part dels països 'occidentals' des de les passades dècades. Segons Jones et al. (2005) aquest sistema neoliberal representa un conjunt d'idees que es varen popularitzar entre la meitat i finals dels anys seixanta i que s'associen amb les polítiques econòmiques que van introduir Margaret Thatcher i Rolad Reagan entre 1979 i 1981. Com dèiem, la gentrificació es tracta d'un procés urbà que com apunta Nik Theodore (2009) és al mateix temps part i conseqüència de la reestructuració neoliberal de la ciutat.

Un govern neoliberal "en els seus diferents nivells, ha passat a acollir com a funció principal la defensa i la promoció dels interessos de les grans empreses." (Díaz 2014 en Ardila, M. Camila 2016:30). Díaz assenyala que des de l'àmbit institucional i administratiu el fenomen de la gentrificació com ja hem comentat anteriorment es presenta com un procés natural propi de les ciutats postindustrials. No obstant, aquests canvis, com apuntava Delgado (2005) es tracten d'alteracions polítiques basades en una ideologia concreta.

Reprenent el concepte de l'espai públic Malet i Delgado el defineixen com:

"Deixant de banda l'accepció jurídica com espai de titularitat pública, és a dir, propietat de l'Estat i sobre el que només l'Estat i té autoritat, la idea d'espai públic, tal com s'aplica a l'actualitat, transcendeix de llarg la distinció bàsica entre públic i privat, que es limitaria a identificar l'espai públic com espai de visibilitat generalitzada [...] que vehicula una forta connotació política."

2.2 QUÈ ÉS LA GENTRIFICACIÓ?

Com defineix Fundeu, la gentrificació és una adaptació adequada a l'espanyol del terme anglès *gentrification*, amb el que s'al·ludeix al procés mitjançant el qual la població original d'un sector o barri, generalment cèntric i popular, és progressivament desplaçada per un altre amb un nivell adquisitiu major. Els textos acadèmics en Portuguès també és refereixen al procés com a nobilitação. En canvi, amb l'espanyol i el català, tot i que si que hi ha algunes paraules que poden servir d'alternativa, com apunta Fundeu, cap d'elles recull els matisos d'aquest procés, per la qual cosa es segueix utilitzant el neologisme anglès. Entre aquestes paraules hi trobem, elitització, elitització residencial, més ajustada a la paraula anglesa, aburguesament, requalificació social i aristocratització. En anglès la paraula deriva del substantiu gentry que es refereix a una petita aristocràcia o a famílies benestants.

El concepte apareix ja l'any 1964 a un estudi titulat 'London: Aspects of Change' de la sociòloga Ruth Glass. Se li atribueix a la autora la primera vegada que s'utilitza el concepte de gentrificació per descriure els processos de transformacions i canvis, tant socials com urbans, a la ciutat de Londres. Els orígens del concepte descriuen com barris i parcel·les de les classes treballadores de Londres varen ser envaïts per les classes mitjanes revaloritzant el nivell de vida de la zona i expulsant les classes populars a altres àrees.

Ja a les dècades dels 70 i 80 quan s'estaven repensant els conceptes de ciutat, Lefebvre apuntava que el 'retorn al centre pot implicar la conversió d'aquest en un objecte vendible per a les classes altes i mitjanes, passant a ser un lloc de consum que al mateix temps es consumeix com a lloc'. (1978: 27)

2.3 CONTEXT DELS PROCESSOS DE GENTRIFICACIÓ A LES CIUTATS DE LISBOA I BARCELONA

Un cop definit el concepte i orígens del fenomen és precís assenyalar quines són les àrees afectades per aquest procés dins d'un context més local, és a dir, centrat a les ciutats de Barcelona i Lisboa, on transcorrerà la totalitat del documental.

BARCELONA

Dins de la capital catalana hi ha diversos col·lectius i grups de recerca que estudien els processos de gentrificació i alteració de l'espai urbà com ara l'Observatori d'Antropologia del conflicte Urbà (OACU) o el Grup de Recerca Sobre Exclusió Social (GRECS). Així com també s'han revifat vells i nous col·lectius disposats a combatre la massificació turística que pateix la ciutat des de la darrera dècada. La ciutat de Barcelona ja s'ha consolidat com el tercer destí del món quant a congressos i convencions, com la ciutat amb el port més important per a creuers d'Europa i una de les ciutats més visitades d'Europa després de Londres, París i Roma. Segons alertava l'última enquesta sobre l'activitat turística a la ciutat de Barcelona fins i tot els mateixos turistes van esmentar que a la ciutat “hi havia masses turistes”. Una situació al límit del col·lapse que de moment no té fre i que genera un gran impacte negatiu per als ciutadans locals.

El concepte ‘Marca Barcelona’, és a dir l'anomenat city branding, comença a esdevenir a la capital catalana a partir de la dècada dels 80. Tot i que és cert que el punt d'inflexió de la ciutat arriba amb la concessió dels Jocs Olímpics del 1992 ja l'any 1979 trobem a la ciutat plans urbanístics que serveixen com a precedent per a tota l'actuació posterior.

Al portal web anomenat ‘Marca Barcelona’ hi podem trobar una cronologia dels diferents casos d'especulació urbanística que han anat succeint en el marc de la internacionalització i promoció de la ciutat. Des de la plataforma animen als ciutadans a contribuir en “un exercici col·lectiu de recuperació de la memòria social de la Barcelona popular i dels Barris” assenyalant els casos que han construït aquest model de marca.

A continuació s'han seleccionat alguns dels casos més destacats que recull el portal de principis dels 80 fins a dia d'avui:

Pla de Ribera (Finals de 1960)	Remodelació urbana del sector marítim entre el port i el Besós. El Pla va ser tirat enrere el 1972-73 per les fortes mobilitzacions veïnals d'oposició. Tot i així aquest Pla ha estat la base tant del posterior Pla General Metropolità aprovat el 1976 com les modificacions i plans parcials derivats d'aquest (Vila Olímpica, Diagonal Mar, 22@ i Front Marítim).
Pla General Metropolità (1976)	Reformula les necessitats urbanístiques del Pla de la Ribera de Josep Maria de Porcioles.
Port i Vila Olímpica (1986) Govern: PSC i ICV. Alcalde: Pasqual Maragall.	La Vila Olímpica i el Port Olímpic signifiquen les transformacions urbanístiques més significatives i rellevants amb motiu de l'organització dels Jocs Olímpics del 1992. El pla parcial de modificació del Pla General Metropolità renovaria el barri d'Icària, principalment industrial, requalificant-lo en zona residencial de 130 hectàrees. Poblenou a dia d'avui és un dels barris on més pisos turístics s'hi concentren.
PERI del Raval (1986) Govern: PSC, ICV i ERC. Alcalde: Pasqual Maragall i Joan Clos.	El PERI del Raval, aprovat el 1986, va suposar l'esventrament interior del barri a partir de la creació de la Rambla del Raval. El procés de re-urbanització va consistir en una operació d'enderrocs i expropiacions. El Raval al tractar-se d'un barri estigmatitzat, arraconat i exclòs de la Barcelona atractiva per al turisme, fou la principal víctima de la gentrificació a raó dels Jocs Olímpics del 92.
Pla Especial Port Vell (1986) Govern: PSC i ICV. Alcalde: Pasqual Maragall.	El 1986 des del Consell d'administració del Port Autònom de Barcelona es crearia la "Gerència Urbanística Port 2000" amb la responsabilitat principal de desenvolupar el Pla Especial del Port Vell. Un pla que contemplava la re-urbanització del Moll de la Fusta i totes les

	instal·lacions del Port Vell.
Jocs Olímpics (1992) Govern: PSC i ICV Alcalde: Pasqual Maragall.	Els Jocs Olímpics dotarien al procés de construcció del model “Marca Barcelona” la legitimitat per a superposar els interessos de propietaris del sòl i grans empresaris per sobre dels interessos comunitaris del veïnat
Parc Diagonal Mar (1993) Govern: PSC i ICV Alcalde: Pasqual Maragall i Joan Clos.	El barri de Diagonal Mar, aixecat els anys 1960-70’, veia el 2004 com la part costanera on fins feia una dècada era coneguda com el Camp de la Bota seria transformada en un “Manhattan” esborrant tota memòria històrica. Un nou barri del Poblenou que juntament amb el Front Marítim acollirien altes edificacions d’oficines, d’hotels i d’habitatge d’alt estanding.
Recinte Fòrum de les Cultures (1997) Govern: PSC, ICV i ERC Alcalde: Pasqual Maragall i Joan Clos.	El 1997, l’aprovació de l’organització del Fòrum Universal de les Cultures’2004 comportà la reurbanització de l’àrea propera al riu Besòs i Diagonal Mar, un projecte de reordenació i especulació urbanística deu vegades més gran del que es va experimentar amb els Jocs Olímpics’92.
Pla 22@ Govern: PSC, ICV i ERC. Alcalde: Joan Clos.	El Pla 22@ era projectat per l’Ajuntament de Barcelona l’any 2000, en tant que Modificació del PGM del 1976, per a requalificar 115 hectàrees de sòl industrial del barri del Poblenou a sòl de producció de noves tecnologies (TIC) del total de 198 hectàrees d’afectació.
Ordenança del Civisme (2005) Govern: PSC, ICV-EA i ERC. Alcalde: Joan Clos.	El 2005 el PSC llança la proposta “d’Ordenança del Civisme” per fer front al que el govern municipal considerava accions “incíviques”. El 9 de novembre de 2005, després d’una gestació col·laborativa entre tots els grups municipals, s’aprovava “l’Ordenança de mesures per fomentar i garantir la convivència ciutadana a l’espai públic de Barcelona”.
Mobile World Congress (2006-2015)	El Mobile World Congress es tracta d’un dels esdeveniments amb projecció internacional insigne del model de ciutat

	“Marca Barcelona”.
Mercat dels Encants Govern: ICV, PSC. Alcalde: Jordi Hereu.	El Mercat dels Encants Vells, oficialment Fira de Belcaire, és un dels mercats més antics del continent europeu datat del segle XIV. Aquest nou edifici per a acollir el mercat fou inaugurat a principis de 2014 a un cost de 55 milions i, en la mateixa línia que aquestes altres obres, es caracteritzà per la seva nul·la relació amb l’entorn físic i social dels barris i la història que l’envolten.
Ordenança de les terrasses (2013) Govern: CIU Alcalde: Xavier Trias	El juliol de 2013 va ser aprovada l’Ordenança de les Terrasses, proposada per la Comissió d’Hàbitat Urbà i Medi Ambient. Aquesta ordenança evidenciava significativament l’aposta per la terciarització del sector productiu de Barcelona: es potenciava l’ús -i la permissivitat en aquest- de l’espai públic per part de l’activitat econòmica privada del turisme, l’hostaleria i la restauració de la ciutat.
Pla d’usos de Ciutat Vella (2014) Govern: CIU Alcalde: Xavier Trias	<p>Un pla que havia de ser l’instrument institucional encarregat de regular tres aspectes fonamentals pel model de desenvolupament del districte: l’activitat comercial, l’oferta hotelera i l’oferta de pisos turístics. El Pla considerava que Ciutat Vella era un districte que havia arribat al seu límit de massificació turística.</p> <p>Però la modificació del Pla pactada per CiU i PP el 2013 orienta el pla d’usos al turisme i al comerç de les grans franquícies, complementant el projecte de la marina de luxe al Port Vell, el pla del Paral·lel i els processos de gentrificació que pateixen els barris de Ciutat Vella, un pla d’usos a la mida de les elits econòmiques.</p>
Projecte Marina del Port Vell (2013)	Aquest projecte, en propietat de Salamanca Group, un grup inversor britànic vinculat a la indústria petrolífera, consisteix en la construcció i ampliació

	<p>d'una Marina per a iots i creuers de luxe.</p> <p>L'Oficina Antifrau, a data de 2014, està investigant les actuacions dels representants d'aquestes institucions per possibles tractes de favor en la concessió de la licitació. També s'indaga sobre el possible finançament amb diners procedents de paradisos fiscals.</p>
--	--

Taula 2.1: Projectes urbanístics destacats a la ciutat de Barcelona: Font: Marca Barcelona.

LISBOA

A Lisboa els processos de gentrificació també estan a l'ordre del dia. Tot i que a dia d'avui el model de ciutat de Lisboa dista del pla dissenyat per a Barcelona, si que és cert que la revalorització i revitalització dels populars '*bairros antigos*' de la ciutat han transformat tan socialment com urbanísticament les dinàmiques i les relacions dels barris. A diferència de Barcelona a Lisboa encara no s'hi ha celebrat cap esdeveniment esportiu de les magnituds dels Jocs Olímpics tot i que l'any 1998 la ciutat va acollir la Exposició Universal dedicada als Oceans.

Dins d'aquestes transformacions i rehabilitacions hi destaquen cinc àrees amb dinàmiques i contextos totalment diferenciats: Bairro Alto, Mouraria, Alfama, Cais do Sodré i el Parque das Nações.

El Bairro Alto, també conegut com a Vilanova dos Andrades, és un dels barris on la gentrificació ha sigut més pionera. És un barri elevat de Lisboa que queda paral·lel a l'altre cara de la ciutat, a la part de la Mouraria i l'Alfama amb la plaça de Rossio fent de frontera entre les dues parts polaritzades de la ciutat. Bairro Alto avui en dia té un gran atractiu tant pels turistes com pels estudiants internacionals consolidada com la part de la ciutat on hi pernocten més estrangers.

Un dels principals reclams del barri és l'autenticitat d'aquest considerat durant les dècades anteriors com un dels barris bohemis on creadors culturals i artistes s'hi instal·laven.

El sociòleg Luis Mendes en els seus estudis empírics sobre gentrificació marginal al Bairro Alto explica que ‘el gentrificador de classe mitja-baixa’ busca en les noves àrees arrels culturals perdudes, intentant reinventar críticament el seu present i la seva condició d’estatus, en el sentit de diferenciar-se a partir de la seva residència en un barri altament diferenciador i distingint-se de la congestió d’objectes, articles, imatges, símbols i pràctiques de consum que dificulten la afirmació de personalització. Aquests vells gentrificadors, motivats per una vida diferenciada de la resta en unes àrees amb un atractiu dins de l’imaginari col·lectiu, van obrir la porta a la mercantilització d’aquests espais per atraure nous públics.

Avui dia, Bairro Alto és una de les parts més tematitzades de la ciutat. Durant la nit, els carrers es muden per donar pas a una gran àrea festiva on es concentren la majoria dels bars nocturns de la ciutat. A més, amb la consolidació dels estudiants internacionals Bairro Alto s’ha constituït com un dels emblemes i punts de trobada referents a la ciutat. Les diferents organitzacions estudiantils destinades a la promoció de la cultura Erasmus tenen les seves seus al barri i actuen com a punt de trobada cada nit fins a les 2 de la matinada. Després la festa es trasllada a Cais do Sodré.

En aquesta ocasió el fenomen de revitalització de l’àrea de Cais do Sodre té a veure un altre cop amb el consum i l’oci nocturn i amb la reaparició de l’escena vintage a la ciutat. El sociòleg Jordi Nofre (2013) ha estudiat la promoció de l’oci nocturn com a estratègia de gentrificació centrant el seu treball sobre l’aparició de la nit vintage a l’àrea de Cais do Sodré. Com menciona, des de les passades dues dècades la cultura ha jugat un paper molt important en el rol de les transformacions urbanes. En aquest sentit, comenta, la promoció de la vida nocturna ha sigut un de les estratègies més importants dins de la regeneració urbana a les ciutats post-industrials. L’àrea de Cais do Sodré està constituïda per multitud de clubs i bars destinats exclusivament a l’oci nocturn. L’arteria principal d’aquesta part baixa de la ciutat és la, més conegut com a ‘pink street’, on es congreguen gran part del turisme d’oci i dels estudiants internacionals per a viure la nit lisboeta. Un carrer per als vianants que materialitza la idea de la mercantilització de l’espai públic per promotors privats i amb el beneplàcit de les administracions locals.

A l'altre banda de la ciutat, a la part oriental de Lisboa, hi trobem els barris de Graça, Alfama i Mouraria. Unes àrees amb un gran potencial turístic que encara no estan explotades en la seva totalitat.

El barri de l'Alfama és un antic barri de pescadors i és un dels reclams més importants pel turisme degut a la seva identitat pròpia. Es troba situat als voltants del castell de Sao Jorge i té un caràcter romàntic i idealitzat gràcies també a la promoció del fado entre els seus bars més emblemàtics. A part dels milers de turistes que circulen pels carrers estrets del barri, a l'Alfama hi trobem nous actors que estan canviant la morfologia de la ciutat, com per exemple, els estudiants:

“Els nous residents atrets per aquest caràcter més identitari mitjançant una particular interpretació dels materials simbòlics presents en la construcció imaginària de Lisboa, renoven els termes de la atracció pel lloc, afavorint nous processos de patrimonialització i capitalització socioespacial al barri de l'Alfama”. (Malet, 2012).

D'altra banda, seguint amb el llistat d'àrees intervingudes per les administracions, hi trobem el barri de la Mouraria, un dels barris més estigmatitzats i degradats durant dècades que degut a la intervenció de l'administració pública ha pogut 'revitalitzar' les dinàmiques del barri. El barri ara lluita per trobar l'equilibri entre les millores promogudes per part de les administracions i el teixit associatiu característic de la zona.

Finalment trobem el Parque das Nações és la zona on es va celebrar la Expo'98, l'indret està format per els antics pavellons i les noves instal·lacions de la exposició amb una arquitectura moderna i bastant atípica dins del paisatge urbanístic de Lisboa. La sociòloga Patricia Pereira va escriure la seva tesi doctoral (2013) sobre els processos de gentrificació a l'àrea del Parque das Nações. Com explica a la introducció, en aquestes últimes dècades les ciutats portuàries de tot el món, com Lisboa, han estat particularment afectades pels processos de transformació global que han alterat de forma decisiva els espais urbans i les relacions amb els 'urbanites'. És en aquest context de competitivitat entre ciutats que amb la realització de la Exposició de l'any 98 s'aprofita per desenvolupar el projecte d'intervenció urbana que dona lloc al que avui en dia és conegut com a el parc de les nacions.

Sí busquem paral·lelismes entre les dues ciutats analitzades podriem dir que aquest projecte s'assimila més a la promoció del Fòrum de les Cultures de Barcelona, buscant l'expansió de la ciutat cap a les àrees metropolitanes establint noves zones residencials i comercials pensades per a rendes mitjanes i altes.

2.4 PROGRAMA ERASMUS COM A ACOTR REVALORITZADOR DE LES CIUTATS

Després d'haver vist a què ens referim quan parlem de gentrificació i quins són els actors principals que impulsen aquest fenomen crec que és convenient fer un petit incís sobre quin és el paper que juguen els estudiants -concretament els Erasmus- dins d'aquest trencaclosques transnacional. Com ja s'ha justificat dins de la introducció del treball, la temàtica d'aquest Treball de Final de Grau sorgeix degut a la meua estada a Lisboa mentre era beneficiari de les ajudes Erasmus dins del programa de la Comissió Europea. Aleshores, entenent el meu paper com actor dins dels processos de revalorització i transformació urbana he cregut necessari fer uns petits apunts sobre la paradoxa dels estudiants com actors implicats dins d'aquestes transformacions.

El programa Erasmus (European Region Action Scheme for the Mobility of the University Students) neix l'any 1987 de la mà de la Comissió Europea, i avui en dia, segons dades publicades pel mateix organisme, només entre 2014 i 2020 es preveu que el nou programa Erasmus+ concedeixi beques a més de quatre milions d'estudiants. Un flux de mobilitat que té un impacte directe i indirecte per a les ciutats europees receptores. Amb aquestes xifres és evident observar com el col·lectiu beneficiat s'ha convertit en un actor més dins d'aquest procés de gentrificació. No obstant, com assenyala l'antropòleg Daniel Malet, revisant els estudis que s'han fet prèviament sobre els estudiants internacionals trobem que en la majoria d'ells, de metodologia quantitativa, els "estudiants Erasmus només apareixen com a objectes passius, valorant tan sols els indicadors d'èxit o de fracàs de les polítiques institucionals europees."

No obstant, aquesta "elit de joves europeus altament qualificats i acostumats a la mobilitat" (Malet, 2013) passa a formar part de la morfologia urbana de la ciutat assentant-se durant un període que acostuma a ser superior a un semestre. És a dir, una estància que supera amb escreix la del turisme i que fa que aquest col·lectiu es consolidi com a categoria pròpia per a ser analitzada. "Immigrants laborals, residents estrangers, emigrants de retorn o estudiants d'intercanvi configuren noves mobilitats, lligades tant a

la producció d'imatges del “destí”, com a les conseqüències sobre la econòmica local, i on el turisme, estudis, migració i treball s'intersequen mútuament (Rice 2010 a Malet 2013).”

Segons dades proporcionades per la organització oficial “sense ànim de lucre” que es dedica a explotar i promoure l'experiència Erasmus a Lisboa, Erasmus Life Lisboa, cada any passen per la seva organització una mitjana de cinc mil estudiants d'intercanvi. Sense tenir en compte tots aquells que no s'hi inscriuen, tenim que a una ciutat amb 547.733 habitants (dades oficials del 2011) hi ha més de 5.000 estudiants, els quals es van renovant cada any, que es concentren al centre de la ciutat per integrar-se en “el marc local, especialment respecte a la revalorització i mercantilització de l'espai urbà lligades a les transformacions urbanes en curs” (Franquesa 2011). Els Erasmus es converteixen en nous subjectes globals que passen a formar part de la complexitat relacional dels contextos micro-locales on viuen, “participant dels discursos i les pràctiques de la sociabilitat urbana, dels processos de capitalització socioespacial i de les dinàmiques de producció del lloc”, conformant també una identitat supranacional per consolidar la construcció de identitat europea.

Com apunta Daniel Malet, no es estrany l'orgull que sent la Comissió Europea envers aquest programa. No només reforcen aquest procés d'identitat sinó que a més, estimulen les economies locals “introduint amb la seva presència inflacions dins del sector immobiliari i nous productes dins l'agenda cultural i d'oci facilitant així la internacionalització de l'economia”. (Amit 2010). Fins i tot, els estudiants que es desmarquen de les pràctiques hegemòniques i oficials de l'estudiant ‘mainstream’ gràcies al “seu coneixement directe al terreny i la seva aptitud adaptativa visibilitza nous actius de valor que crida l'atenció de promotors per a repensar i revitalitzar nous espais [...] Dibuixant els contorns d'una agenda oculta involuntària, la d'un saber pioner i impetuós” (Malet, 2011).

Resumint, el col·lectiu d'estudiants Erasmus s'acaba convertint en “actors implicats en la manipulació de representacions i imaginaris locals precedents, en agents vinculats a la generació de valor patrimonial a escala transnacional” (Smith 2006 a Malet 2011).

BLOC 3. ANÀLISI DE MERCAT

Un cop esmentats els referents del documental i havent vist quin és el marc teòric que engloba el nostre projecte és hora d'endinsar-nos dins l'entorn del propi documental. Aquest apartat pretén esbossar quin és el context actual en el qual ens trobem, tant a nivell nacional com a nivell europeu, per entendre quines són les millors vies d'explotació del nostre projecte.

Al tractar-se d'un projecte pensat per a una coproducció entre diferents països s'ha de formalitzar la inscripció del documental a diferents registres nacionals per després poder aprofitar totes les vies d'explotació detallades en aquest apartat. Per fer això, doncs, és necessari registrar el certificat de nacionalitat a l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales del Ministerio de Cultura, o en el cas de fer-ho a Catalunya, fer-ho mitjançant l'Institut Català de les Empreses Culturals del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. A més, a tot això a nivell Espanyol, cal haver-se donat d'alta al Registre d'Empreses Cinematogràfiques de l'Estat, indiferentment de si ets una persona física o jurídica.

Quant a Portugal, per obtenir la nacionalitat del documental cal que els productors o els realitzadors estiguin degudament registrats a l'Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA) que servirà per obtenir la nacionalitat portuguesa del documental.

3.1 FINESTRES D'EXPLOTACIÓ

Com s'ha explicat detalladament dins del primer bloc, el projecte transmèdia està format per un documental amb una duració de llargmetratge (60'), una versió webdoc d'aquest, pensat per transmetre'l íntegrament a través d'internet amb components interactius i pedagògics, i finalment un joc de taula adaptat a la història del documental i als seus personatges. No obstant, en aquest apartat s'analitzaran les diferents finestres d'explotació de l'epicentre del projecte transmèdia que és el documental-llargmetratge pensat principalment per ser distribuït a través de diferents cadenes de televisió.

Al tractar-se d'un documental pensat per a una coproducció entre dos països, Espanya i Portugal, cal analitzar quina és la situació actual dels mercats audiovisuals d'ambdós països, així com quines són les altres possibles vies d'explotació que ens ofereix el

producte entenent que la temàtica del documental és universal i més encara, entenent les possibilitats que permet un documental amb una versió original bilingüe (trilingües si s'escau) aproximant-nos a un mercat que va més enllà de l'espai europeu.

Entenent el caràcter social, polític i pedagògic del documental aquest s'ha pensat sobretot per a ser coproduït mitjançant la participació de les diferents televisions públiques dels països en qüestió. En el cas d'Espanya estaria pensat per a una coproducció amb la televisió autonòmica de Catalunya, TV3, entenent el major interès al rodar-se parcialment a la ciutat de Barcelona, i en el cas de Portugal estaria pensat per al canal obert de Rádio e Televisão de Portugal.

3.2 ANÀLISI DEL MERCAT TELEVISIU A ESPANYA

3.2.1 Espanya

A Espanya existeix un únic operador de Televisió Pública a nivell estatal. Els canals que explota aquest operador, Corporació de Radio Televisió Española (CRTV), tenen cobertura nacional. Addicionalment a CRTVE existeixen uns altres tretze operadors públics de cobertura regional que emeten a 13 de les 17 Comunitats Autònomes.

El model de finançament de la RTVE va canviar l'1 de setembre de 2009 amb l'entrada en vigor de la Llei 8/2009, del 28 d'agost, de finançament de la Corporación de Radio y Televisión Española. Fins aleshores RTVE es finançava mitjançant un sistema mixt basat, en la publicitat i els ingressos procedents dels Pressupostos Generals de l'estat. El canvi principal ha estat la supressió dels ingressos publicitaris a partir del 2010.

Aquest nou model també compta amb els operadors privats de televisió y telecomunicacions com a font de finançament ja que hauran d'aportar una quantitat de diners com a compensació de la supressió de publicitat a la televisió pública. Aquestes taxes són similars a les de Itàlia, que han estat qüestionades per la Comissió Europea. Aquestes taxes no podran superar el 25% del total de la despesa de RTVE. Aquests ingressos s'han de complementar amb les aportacions públiques de l'Estat. Paral·lelament a la supressió de publicitat el Govern va anunciar que retallaria 204 milions d'euros als pressupostos de la RTVE del 2012, retallant un 38% respecte l'any 2011.

S'han plantejant possibles solucions al respecte, com per exemple la hipotètica incorporació de ingressos publicitaris altre cop. Tot i que la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (Uteca) ha advertit que la tornada dels anuncis a TVE posaria en perill tota la indústria audiovisual. També s'ha fixat la mirada en els diferents models europeus, en els quals el finançament de les televisions públiques s'obtenen a partir d'un cànon. La gran diferència entre el model espanyol i la resta de països europeus està en l'existència d'un cànon que paguen les llars per finançar les radiotelevisions públiques.

Segons la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) les subvencions rebudes i el cost per habitant, respecte el PIB, estan per sota la mitja de les televisions europees. El cost per habitant/any que li suposa a un espanyol la televisió pública autonòmica és de 30,6 euros. Les tretze televisions autonòmiques es financen amb publicitat i subvencions públiques. Actualment a Catalunya TV3 i Catalunya Ràdio costa al ciutadà en impostos 35 euros l'any.

A banda dels diferents organismes públics a nivell estatal també hi trobem diferents operadors privats que competeixen per la quota de pantalla. Principalment el panorama televisiu a Espanya està format per dos grans grups de comunicació: Mediaset Espanya, derivada de l'empresa italiana, (Telecinco, Cuatro, Divinity, Factoria de Ficción, Energy i BeMad) i Atresmedia (Antena 3, La Sexta, Neox, Nova, Mega i Atres Series). Aquests dos grans grups, més les diferents televisions públiques es reparteixen la gran totalitat de la quota de pantalla liderant el mercat. Dins d'aquests actors privats Antena 3, La Sexta, Cuatro i Telecinco són els que fan més apostes per el cine documental, tot i que cap cadena es cenneix als criteris que presenta el projecte que detallem aquí. La Sexta seria la cadena amb un perfil més adient.

A part d'aquestes cadenes i a d'altres no tant cotitzades però que tenen el seu mercat dins de la graella televisiva. A més, també hi ha canals de pagament, com ho era fins ara Canal+ (ara propietat de Movistar) que fan una gran aposta per la producció de pel·lícules i documentals nacionals.

3.2.2 Catalunya

En aquest cas, analitzarem quin és el mercat quant a documentals i produccions a Catalunya, tant en àmbit privat com públic, per explorar ambdues possibilitats, sense obviar que des d'un inici ens interessa més la coproducció entre les diferents institucions públiques.

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals és l'ens públic encarregat d'oferir un servei públic audiovisual de qualitat a tots els ciutadans de Catalunya. La Corporació va néixer l'any 1983, amb el nom Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV). Les emissions de Catalunya Ràdio van començar el 20 de juny d'aquell mateix any i TV3 va emetre per primera vegada a la Diada de l'11 de setembre. Tot i així, no va ser fins al gener següent que la Televisió de Catalunya va començar les seves emissions regulars. La CCRTV es va passar a dir Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) al 2007, arran de la incorporació dels nous serveis interactius. Des dels inicis fins l'actualitat, la Corporació ha estat l'entitat més important a nivell de ràdios i televisions autonòmiques de l'Estat espanyol. (UTECA)

No obstant, les retallades d'aquests darrers anys han afectat directe i indirectament a la producció de continguts culturals. Les conseqüències de les retallades a la programació són les que es perceben abans per l'espectador, perquè són les que tenen un efecte directe en el consum. Al gener del 2012, TV3 tenia 8 canals de TDT diferents, però a l'octubre, en va passar a tenir 6. El canal juvenil 3XL va desaparèixer com a tal, i el canal infantil Super 3 es va fusionar amb el cultural 33, repartint-se les franges horàries d'emissió. El Canal 33, així com passa amb TV2, és el canal destinat a la programació cultural i amb una gran oferta de documentals, tant nacionals com importats. En els últims anys la reducció en el pressupost destinat a la compra de programes ha baixat fins a un 50%.

A Catalunya també existeix un operador privat propietat del Grup Godó, grup de comunicació privat per antonomàsia a Catalunya. No té gaires apostes respecte a documentals de producció pròpia. A Barcelona, BTV té una oferta cultural prou adequada entenen les seves dimensions.

3.3 ANALISI DEL MERCAT TELEVISIU A PORTUGAL:

A Portugal, l'ens públic quant a l'explotació i producció de continguts televisius i radiofònics és la Rádio Televisão de Portugal (RTP). L'organisme es va crear l'any 1955 en plena dictadura Salazarista. Dins de la corporació hi trobem dos canals de televisió generalistes, RTP1, RTP1, un canal d'informació continua RTP3 i un canal d'història. A més, per a fora de les fronteres de Portugal l'organisme compta amb dos canals internacionals, un destinat a la comunitat internacional i l'altre per mantenir les relacions culturals postcoloniales. RTP ha participat en la coproducció de continguts espanyols juntament amb la televisió autonòmica de Galícia. D'altra banda, Portugal també compta amb diferents empreses privades que operen dins del món de les telecomunicacions. Les més destacades són Sociedade Independente de Comunicação (SIC), que data de l'any 1992 i compta amb 6 canals temàtics i la Televisão Independente, creada l'any 1993 i que a dia d'avui forma part del GRUPO PRISA de Portugal. La TVI s'ha consolidat com una de les televisions més vistes del país.

A més, a banda d'aquest mercat de televisions a nivell ibèric també és pot exportar el producte i vendre els drets d'antena a altres cadenes d'arreu del món. Sobretot tenint en compte la temàtica del projecte que està molt relacionada amb la planificació de les ciutats de Llatinoamèrica. A més, gràcies a l'idioma, portuguès i castellà, seria molt més viable exportar el producte a aquest mercat iberoamericà. No obstant, també resultaria interessant vendre tant el producte com el format en si per a possibles adaptacions a països anglosaxons on la gentrificació és latent des de fa dècades.

3.5 ALTRES FINESTRES D'EXPLOTACIÓ: INTERNET, VOD, FESTIVALS

3.5.1 Exhibicions:

Una de les altres vies d'explotació previstes per al documental, tot i que no és la activitat primària d'aquest, és l'exhibició de la peça audiovisual a sales de cinema. Sense haver d'implicar grans actors dins d'aquest procés d'explotació, s'ha optat per una eina de mecenatge aplicada a les exhibicions de llargmetratges i documentals.

Tal com es descriu la plataforma Screenly és una eina col·lectiva que permet a qualsevol organitzar projeccions sota demanda a sales de cinema, a través del que

s'anomena crowdticketing. És a dir, un cop surt l'oferta a la plataforma web quan aquesta té quòrum suficient es tira endavant la projecció.

En el cas del nostre projecte és un bon instrument ja que no només ofereix la possibilitat de passar el documental a la gran pantalla arreu de l'Estat, amb el que això implica, sinó que a més, aquestes sessions queden computades com a taquilla oficial vàlida per als requisits d'algunes ajudes i sobretot per a entrar dins del circuit de premis i festivals.

Els principals requisits com a creadors del contingut, són presentar el certificat de qualificació i de nacionalitat que hem esmentat prèviament i a més, ser propietari dels drets theatrical per poder exhibir-la. Si a més, a part de ser el creador del contingut també ets el promotor tens un 5% de comissió de totes les entrades venudes, uns ingressos que es sumen a les possibles fonts de finançament.

3.5.2 Internet:

Una de les altres vies d'explotació contemplades dins d'aquest apartat és la publicació del material a nous canals de distribució. En aquest cas, entenent el pes de les noves plataformes digitals s'ha escollit publicar parcialment part del contingut a una plataforma digital pensada i elaborada per a complementar l'univers transmèdia del projecte.

Recuperant les bases i els objectius del projecte, és a dir, entenent que un d'aquests és traslladar el debat a la opinió pública i democratitzar la informació per fer-ho de manera més transparent el més convenient és compartir part dels continguts de forma gratuïta (o alliberar el documental passat un temps) a les diferents plataformes digitals, com ara web amb domini propi, i crear diferents perfils a les xarxes socials per retroalimentar l'activitat digital.

Segons el pla de distribució, el documental comptaria des dels inicis amb una plataforma web amb informació bàsica del projecte, informació didàctica sobre la gentrificació i el tràiler de la versió en format de llargmetratge del documental. No obstant, tal com s'ha establert als calendaris de postproducció, després de l'entrega dels màsters a les televisions i les exhibicions dels documentals a les diferents cadenes i sales de cinema, la versió interactiva del documental estaria penjada gratuïtament a la plataforma digital amb algunes llicències Creative Commons per protegir els drets

d'autoria. A més, el llargmetratge també podria estar disponible gratuïtament i amb la opció de compra sota un preu assequible a establir que serviria per a seguir finançant projectes u ajudant a organitzacions en pro dels veïns de ambdues ciutats per a conscienciar sobre la problemàtica tractada.

Així doncs, tota la informació estarà penjada sota els següent domini:

www.vendesedoc.pt, www.esven.cat, www.sevende.es (amb les traduccions a l'anglès corresponents). L'enllaç provisional per el projecte sense haver pagat domini prèviament és www.vendesedoc.wordpress.com.

Pel que fa a les llicències segons l'organització sense ànim de lucre Creative Commons el projecte s'acolliria al Reconeixement – No Comercial – Compartir Igual (by-nc-sa) que estableix que no es permet un ús comercial de l'obra original ni de les possibles obres derivades, la distribució de les quals s'ha de fer amb una llicència igual a la que regula l'obra original.

3.5.3 Video on Demand

Una opció alternativa o complementaria a la publicació de les peces a un domini propi pot ser la utilització de plataformes especialitzades en distribució de llargmetratges o aplicacions incorporades a les noves televisions 'intel·ligents'. Entre totes aquestes ofertes hi trobem 'waki.tv', 'filmin' (una plataforma espanyola que aposta pel cinema independent i per les produccions pròpies), o les plataformes pròpies de les operadores de telecomunicacions.

3.5.4 Festivals a Espanya i Portugal

Deixant de banda les finestres d'explotació centrades a un públic més generalista, hi trobem els circuits de festivals d'arreu del món que serveixen tant com per promocionar el projecte com per rebre ingressos per part de les compensacions econòmiques. A més, ser un dels projectes guardonats en un festival oficial, o alternatiu, obre les portes dins del mateix sector de la producció audiovisual, visualitzat per exhibidors, distribuïdors, promotors entre molts d'altres. Pel que fa als festivals com a via d'explotació s'han destacat els següents entenent la seva correlació entre el projecte i el públic dirigit:

DOCSBARCELONA

- Premi DocsBarcelona Tv3 al Millor Documental: amb una dotació econòmica de 5.000€. Atorgat pel Jurat DocsBarcelona.
- Premi Nou Talent a la millor pel·lícula dels directors debutants
- Premi Latitud DocsBarcelona
- Premi Amnistia Internacional Catalunya al DocsBarcelona.
- Premi del Públic a la millor pel·lícula de la Secció Oficial i de la secció Latitud DocsBarcelona
- Premi DOC-U
- Premi PRO-DOCS al Millor Documental Televisiu 2015

DOCLISBOA

El Doclisboa és un festival especialitzat en documentals que es celebra a la capital de Portugal des de l'any 2003. Així com el Docsbarcelona, és una gran possibilitat entenent la temàtica i la aparició de la ciutat en aquest. Els diferents premis i seccions que ofereix són:

- La secció de competició internacional pretén guardonar projectes d'arreu del món amb diferent format i temàtica. Aquesta secció compta amb tres premis: l'especial del jurat, el premi a millor pel·lícula, el premi a millor llargmetratge d'investigació i un premi revelació que té en compte tant la producció portuguesa com la internacional.
- Dins de la secció de competició portuguesa trobem projectes realitzats al país, sense límits ni formats de duració. Aquesta secció compta amb el premi a millor pel·lícula i l'especial del jurat.
- El festival també compta amb una secció anomenada 'Cinema de Urgência' que inclou totes aquelles peces que tractin alguna problemàtica social amb la intenció de crear una comunitat de debat. Finalment també hi trobem un premi a primera obra, escollit entre totes aquelles produccions novells.

MIRADASDOC

El Miradasdoc és un festival que té lloc a Tenerife, més concretament a Guía de Isora, i que sorgeix per donar visibilitat a aquells documentals amb una temàtica social o aquells que hagin estat rodats o tractant temes en països en vies de desenvolupament. Un aspecte molt interessant d'aquest festival és la vessant pedagògica que ofereix, ja que no només és una mostra de diferents peces audiovisuals sinó que a més ofereix formacions, tallers i un gran catàleg amb nombroses produccions organitzades segons la disciplina o temàtica, un arxiu que serveix per a font de documentació i de recerca.

Deixant de banda els anteriors festivals enfocats al gènere del documental, tan a Portugal com a Espanya hi trobem diferents cerimònies que atorguen certs guardons als llargmetratges documentals, els més coneguts a Espanya són:

PREMIS GOYA

Els premis Goya són els guardons que atorga la acadèmia de les arts i les ciències cinematogràfiques espanyoles des de l'any 1987. Són sens dubte els premis més consolidats i amb més trajectòria dins del món audiovisual espanyol. Entre els diferents guardons hi trobem un a millor llargmetratge i curtmetratge documental. No obstant, en aquesta ocasió queda descartada la participació als premis Goya ja que les bases indiquen que per a llargmetratges documentals s'estableix un mínim de 70 minuts.

PREMIS GAUDÍ

Així com a Espanya els premis de referència dins del món audiovisual són els premis Goya, dins de l'àmbit autonòmic, a Catalunya, l'Acadèmia del Cinema Català atorga també des de fa 9 anys els guardons anomenats Premis Gaudí. En aquesta ocasió, al llegir les bases de la convocatòria per a l'edició de l'any 2017 trobem que en aquest cas la duració mínima per a la categoria de 'Millor Pel·lícula Documental', és de igual o superior als 60 minuts. Un dels altres requisits és haver estat com a mínim 7 dies no consecutius en pantalla, amb l'acreditació dels certificats corresponents. Com s'ha comentat anteriorment, el fet d'exhibir el documental en diferents sales mitjançant Screenly permetrà accedir a la candidatura de l'edició corresponent.

PREMIS SOPHIA:

Són els premis que atorga la Acadèmia Portuguesa de les Arts i les Ciències Cinematogràfiques. En comparació als dos premis esmentats anteriorment en aquest cas els Premis Sophia només han realitzat 5 edicions des del passat 2012 sent així un dels premis més novells quant a cinema nacional. Els premis estan dedicats a la poeta portuguesa Sophia de Mello. I com també succeeix als premis Goya i Gaudí en aquesta ocasió també hi ha una categoria a millor pel·lícula documental.

PREMIS DEL CINE EUROPEU

Així com hi ha Acadèmies de Cine a nivell nacional, també hi trobem la Acadèmia de Cine Europeu que atorga els premis més importants a nivell supranacional. La primera edició va ser l'any 1988 i fins a dia d'avui han seguit amb les diferents entregues de premis. Una de les categories és el Premi Art a millor documental. Una bona iniciativa per donar a conèixer el projecte més enllà de les fronteres ibèriques i que aposta per la producció bilateral entre països de la Unió Europea.

Deixant de banda la selecció de festivals que hem establert tenint en compte la nacionalitat de la producció o la temàtica d'aquest hi ha un gran nombre de festivals d'arreu del món on s'hi podria contemplar la inscripció del projecte.

3.6 TARGET

Després d'haver analitzat el mercat a qui va dirigit el documental, en aquest cas Portugal i Espanya, cal analitzar ara quin és el públic objectiu al qual ens volem adreçar dins del propi mercat. És a dir, quin és aquell target específic entre els espectadors dels quals captarem més l'atenció amb el nostre el projecte. El documental 'Vende-se' pretén ser un documental transversal que pugui dirigir-se a totes les edats i sectors de la població per traslladar el debat a la opinió pública arribant a un radi més ampli de la societat. No obstant, sí que és cert que tot i així podem extreure uns denominadors comuns dins de la audiència elaborant un perfil tipus de l'espectador al qual s'adreça principalment el projecte.

Només amb l'objecte d'estudi, és a dir, la gentrificació dins de l'àmbit de l'antropologia urbana, ja podem esbossar un vincle entre la temàtica i aquest públic objectiu analitzant l'habitat de residència de l'espectador. La proximitat és un dels aspectes clau a l'hora de delimitar un públic, ja que l'interès pel contingut estarà subjecte a la relació directa o indirecta que hi tingui amb el receptor. Així doncs, tenint en compte que el documental està centrat en processos de gentrificació a grans àrees urbanes, Lisboa i Barcelona, podem concloure que en aquesta variable l'espectador més interessat serà aquell que habiti dins de les ciutats o les àrees metropolitanes d'aquestes, quedant més exclosos aquells sectors rurals que queden més allunyats dels processos de gentrificació. A Barcelona són 37 municipis els que formen l'àrea metropolitana amb un total de 3.239.337 habitants. A Lisboa la seva àrea metropolitana, coneguda com a Grande Lisboa, està formada per 9 consells, equivalent al municipi espanyol, amb un total de 2.242.326 habitants segons l'últim cens del 2013. Resumint, només tenint en compte aquestes dos grans àrees metropolitanes, excloent-hi les altres grans ciutats de l'Estat, podem calcular un total de 5.481.663 habitants. D'aquest total d'espectadors potencials s'han d'extreure altres variables com l'edat, el gènere o la classe social.

Un cop fraccionat el públic objectiu per zona geogràfica procedim a analitzar quina és la franja d'edat d'aquest target. En aquest apartat però sorgeixen controvèrsies a l'hora de definir el target, ja que en funció de quin canal de distribució s'utilitzi el públic objectiu que relegat a una posició que no predomina entre els índex de consum.

És cert, que el documental 'Vende-se' va enfocat a un públic 'adult', concretament a una franja d'entre 25 a 50 anys, sobretot com ja s'ha citat anteriorment, centrat a persones que habitin en àrees urbanes i/o interessades als estudis d'antropologia.

Si analitzem detingudament quin és el paper d'aquesta franja dins dels canals de distribució mencionats al pròxim apartat, podem observar que segons les tendències de consum enregistrades per l'Observatori de la Producció Audiovisual realitzat l'any 2013, aquesta franja d'edat (25-50) queda en un segon pla dins dels principals canals de distribució pels quals està pensat el producte: internet i les televisions públiques amb continguts culturals.

Així doncs, tot i que la franja d'edat escollida pel nostre target sigui de 25 a 50 anys no podem obviar que els principals usuaris actius a internet són pràcticament joves com tampoc podem deixar de banda la franja d'edat principal d'aquelles televisions públiques amb un públic altament envellit com passa, segons els estudis de l'O.P.A basats en les dades de Kantar Media, amb TV3 o amb Televisión Española.

Així doncs tot i tenir un target definit per edat s'haurà d'idear una pla de màrqueting i una estratègia de comunicació per captar l'atenció d'aquesta franja més desconnectada dels canals de distribució tradicionals. En relació a la classe social, és cert que el nostre públic és aquell que es mou en un entorn amb estudis superiors, és a dir, que forma part d'una classe mitjana i que està interessat pels processos de transformació urbans, així com també arriba a una classe social més baixa per la relació directe entre el procés de la gentrificació i les classes socials. Entenent que aquest és un procés que desplaça les classes treballadores i les classes mitjanes de les àrees urbanes per utilitzar l'espai públic en pro de certs interessos o rendes més altes.

Pel que fa al gènere podem dir que no podem establir un perfil específic ja que per temàtica i proximitat és una peça audiovisual amb un públic mixt. Deixant de banda les mateixes construccions socials intrínseques dins del gènere que determinen quins continguts són més consumits per homes o per dones. En aquest cas es tracta d'un projecte destinat a ambdós sexes.

En resum, podem concloure que el públic objectiu és un públic urbanita, adult, d'entre 25 i 50 anys, d'una classe social mitjana-baixa i enfocat a ambdós sexes.

3.7 DAFO

Taula 3.1 DAFO. Elaboració pròpia. 'ES VEN'	
Factors interns	Factors Externs
Debilitats	Amenaces
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Més dificultat a la hora de cohesionar el relat en dos ciutats diferents. ▪ Direcció i guió novell, és a dir, poca experiència en aquests càrrecs per part de la direcció del projecte. ▪ La productora compta amb pocs recursos econòmics al ser el seu primer projecte. ▪ Temàtica i històries interessant des del punt de vista antropològic i social però amb dificultats a l'hora de trobar el target o públic objectiu. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alta competitivitat dins del molt audiovisual. ▪ Crisi econòmica global i del sector. ▪ Codis culturals, d'hàbits i de consum diferents entre els dos països. ▪ Televisions Públiques subjectes als governs, per tant, amb línies ideològiques i dinàmiques diferents cada cert període. ▪ Retallada als pressupostos d'ambdós ens públics.
Fortaleses	Oportunitats
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projecte coproduït a dos països, el que obre les portes a subvencions i distribució per diferents mercats. ▪ Idioma de la versió original és el Portuguès el Català i a més compta amb subtítols en Espanyol per la qual cosa obre les portes també al mercat Llatinoamericà. ▪ Personatges dinàmics i amb històries entretingudes. ▪ Producció executiva amb gran trajectòria. ▪ Cadascú de l'equip té bagatge i experiència en el seu camp de treball el que suposa una gran qualitat dins l'equip humà. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercat iberoamericà en ple creixement i consolidació. ▪ Protecció dels béns culturals i audiovisual per part de la Unió Europea. ▪ Noves plataformes i eines dins de la era digital. ▪ Deflació dels preus quant a l'equip tècnic i material. És a dir, equips semiprofessionals/professionals a preus més assequibles per a productores o directores de baix pressupost. ▪ Televisions Públiques Estatals i Autonòmiques amb apostes per la producció i coproducció pròpia.

BLOC 4. PRESENTACIÓ FORMAL DEL PROJECTE

Aquest projecte el podem emmarcar dins del que coneixem com a gènere documental, tot i que, no obstant, aquesta peça audiovisual va més enllà del propi format estant subjecte a un paradigma transmèdia. Tot i així en aquest bloc s'expliquen detalladament les característiques exclusives de la peça audiovisual com a tal. És a dir, del propi projecte documental que és el nucli d'aquest món transmedia com hem esmentat anteriorment als altres apartats. 'Vende-se' en portuguès, i 'Es ven' en català és un projecte documental que pretén aportar informació i claredat sobre els conflictes morfològics i antropològics urbans amb l'objectiu de traslladar el debat a l'opinió pública d'una manera transparent i dinàmica.

El format de documental ha estat escollit per les possibilitats que ofereix el gènere a l'hora de construir un relat a través de diferents personatges protagonistes narrant les seves experiències sobre el tema d'estudi, en aquest cas, la gentrificació.

EL DOCUMENTAL

4.1 PRESENTACIÓ DETALLADA I FORMAL

El documental s'estructura en quatre blocs independents, és a dir, consta de quatre personatges protagonistes que van narrant les seves històries consecutivament. Els blocs tenen una duració d'uns 12 minuts (aproximadament) cadascun, exceptuant la introducció, el desenllaç i les entrevistes a experts. Cada personatge té els seus propis temps i espais, amb localitzacions separades, que acaben intercalant-se només al final de la peça. A més, també s'intercalaran parts d'entrevistes rodades a dos especialistes sobre el tema per acabar d'aportar informació contrastada.

El documental, segons els gèneres de Bill Nichols, utilitza una hibridació de modes que podem desagregar en una part observacional, justificada pel seguiment dels personatges, una vessant expositiva, entenent les entrevistes programades amb especialistes i amb els mateixos entrevistats, i també podríem afegir-hi una vessant participativa ja que el documental pretén interactuar en tot moment amb els protagonistes i trencar una mica la bombolla del cinema vérité.

‘Vende-se’ està pensat per a una coproducció bilateral, és a dir, entre Espanya i Portugal (deixant de banda les ajudes i subvencions d’actors supraestatals). La versió original del projecte és en català, en castellà i en portuguès. Incorporant de sèrie una versió subtitulada a l’anglès entre d’altres idiomes.

El títol del projecte fa referència a la posada en escena de les grans ciutats que cada vegada més estan pensades exclusivament per a la gran afluència de turistes dificultant la convivència d’aquells que hi volen viure.

4.2 FITXA TÈCNICA I ARTÍSTICA

FITXA TÈCNICA I ARTÍSTICA	
Any	2016
Tipologia	Documental-Llargmetratge
Gènere	Documèdia, Social, Drama
Públic	Tots els públics
Durada	60’
Versió original	Català, Portuguès
Versions subtítulades	Castellà, Anglès
Format	4K, Full HD, Dolby Stereo, Altres
Estat	En procés de coproducció
Web	www.vendosedoc.wordpress.com www.esvendoc.wordpress.com
Veus	Marina Vilà
Idea original	Lluís Elias
Director	Lluís Elias
Productor	Assumpta Ayuso
Realitzador	Filipa Reis
Guió	Lluís Elias
Música original	The Crab Apples
Direcció de fotografia	Yuse Riera
Muntatge	Judith Méndez
Tècnic de so	José Williams
Il·luminació	Pere Pau Hervás
Grafisme	Toni Noya
Càmeres	Alexis Stratakis i Marc Arroyo
Ajudants de producció	Ona Tura
Comercialització i Màrqueting	Working at Weekend

Taula 4.1: Fitxa tècnica. Elaboració pròpia.

4.3 SINOPSIS

4.3.1 Sotyrline:

De la mà dels quatre personatges, Daniel, Maria, Javier i Aziz, ens endinsem a conèixer d'una manera més dinàmica i atractiva- sense excloure el to dramàtic de la situació- un dels processos que més estan transformant les ciutats del segle XXI: la gentrificació.

4.3.2 Sinopsis llarga:

Gentrifiquè...? Si hi ha una paraula que comença a estar en boca de tots avui en dia aquesta és sens dubte la de gentrificació. Conegut com a procés que altera l'espai urbà afectant als barris i sobretot als veïns de la zona. 'Vende-se' és un retrat irònic i burlesc d'aquests models de ciutat que acaben amb qualsevol tret identitari i cultural de les ciutats per convertir-les en un gran parc temàtic a l'abast de tothom, o si més no, d'aquells que s'ho poden permetre.

Per entendre aquest procés i com actua ens endinsarem a les ciutats de Lisboa i Barcelona de la mà de quatre testimonis afectats, i a l'hora perpetuadors indirectes, d'aquestes dinàmiques. El documental a través de les mirades personals de la Maria, el Daniel, en Javi i l'Aziz, pretén narrar la història de dos ciutats que des de fa anys s'estan convertint en esclaves del turisme i de la forta pressió estrangera allunyada de la realitat que viuen ambdós països.

La Maria del Valle Tristán és una estudiant de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid que fa 3 anys s'atreveix amb una aventura Erasmus a la ciutat de Lisboa que se'ns dubte li va canviar el destí. Arribava a Lisboa el 2013 per estar-s'hi tan sols un any sense saber que s'hi quedaria indefinidament fins a dia d'avui. Ara compagina els estudis a la ciutat lusitana mentre treballa a mitja jornada conduint un dels milers de *tuk-tuks* que envaeixen avui dia la capital portuguesa.

En Daniel Malet, com la Maria, també va provar sort a Lisboa ara ja fa uns anys. És doctor en Antropologia Social i forma part del col·lectiu de l'Observatori d'Antropologia del conflicte Urbà amb un peu a cada ciutat. A Lisboa forma part d'un grup de recerca embrionari que encara està buscant el seu lloc.

A més, en Daniel ha col·laborat i treballat amb l'ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. Un testimoni clau i amb grans coneixements que se'ns dubte serveix com a nexa entre ambdues ciutats.

Traslladant-nos a l'altre banda de la península, a Nou Barris, – un dels barris obrers més castigats per la crisi- hi trobem en Javier, conegut simplement com en Javi, un agent immobiliari que opera al barri del Born on cada dia ha de creuar i esquivar una de les zones més massificats de la capital per ensenyar pisos a estudiants o a turistes amb esperança de fer-se un lloc dins d'un gran laberint com és el casc antic de Ciutat Vella.

Per acabar, amb l'última història que tanca el documental ens endinsem a la ciutat de Barcelona de la mà d'en Aziz Faye. Un jove de Senegal que des de l'any 2007 està instal·lat a la ciutat. Actualment és un dels portaveus més involucrats dins del Sindicat de Maners de Barcelona.

Gràcies als quatre personatges i a les seves apassionants experiències podem veure com la gentrificació actua d'una mateixa manera a dos ciutats de diferents països. Amb un to irònic i apostant pel gènere de la documèdia, el documental pretén dibuixar i posar de manifest quines són les causes, i les conseqüències, d'un turisme massiu i sense escrúpols a unes ciutats amb trajectòries similars atrapades dins la mateixa bombolla de la gentrificació.

4.4 ESCALETA PRÈVIA – GUIÓ LITERARI

ESCALETA		
DURACIÓ	DESCRIPCIÓ ACCIÓ	OBSERVACIONS
00:00:00 – 00:01:30	Introducció (opening) del documental més crèdits d'entrada i títol.	La introducció consta d'un clip amb 'vox pops' entrevistant a diferents persones tant de Lisboa com de Barcelona preguntant per la gentrificació. (Mode participatiu)
00:01:30-00:01:35	Text/Títol: 'Vende-se'	Imatges d'arxiu Barcelona i Lisboa mostrant massificació turisme + Sèrie d'imatges mostrant cartells d'En Venda i aparadors d'obres o petits comerços tancats. Música: The Waltz of the Tick Tock of Time – Maia Vidal
00:01:35-00:01:40	Introducció personatges	Segueix música bloc dels crèdits inicial. Imatges dels personatges en els seus respectius ambients, caminant o fent alguna acció, totalment observacional, només a mode d'introducció dels personatges. Seguidament s'obre amb una part del qüestionari (gravat en mode expositiu) que se li fa als 4 protagonistes principals i que es va intercalant amb el mode observacional que predomina durant el documental. Es selecciona el tall de la pregunta que s'ha fet als 'vox pops' sobre si saben què vol dir gentrificació.

00:01:40-00:02:00	Timelapse Lisboa	<p>Introducció a Lisboa. Imatges de la ciutat, timelapses des de punts clau. Us 'steadicam'. Operador de càmera: Alexis Strataki.</p> <p>Música: Voce me Apareceu - Kaledoiscope</p>
00:02:00-00:12:00	BLOC 1: Maria del Valle	<p>El primer dels BLOCS del documental s'obre amb la Maria. Estudiant de Medicina, antiga estudiant Erasmus i conductora Tuk Tuks.</p> <p>Dins del bloc es mostrarà el barri de la Mouraria (Música Ai Mouraria – Amalia Rodrigues), Graça i Bairro Alto. Així com també 'Primeiro Andar', un ateneu popular que van ordenar el tancament pel juliol de 2016.</p> <p>Actualment roman tancat però encara es pot accedir als interiors. La mateixa associació disposa d'imatges per cedir gratuïtament sobre l'edifici.</p>
00:12:00-00:13:00	Transició creuada	<p>La transició creuada, o simultània, consisteix en un mateix espai creuar dos o més dels personatges en qüestió. Sense mostrar cap interacció per part seva, consisteix a canviar de BLOC creuant ambdós personatges. Aquesta</p>

		<p>transició tindrà lloc a la Plaça de Rossio, un dels espais més emblemàtics de la ciutat. Queda tocant a Primeiro Andar, l'espai que apareix a l'última escena de la seqüència anterior. A més, aquesta plaça és molt emblemàtica per en Daniel Malet ja que va fer la seva tesis doctoral, valorada amb Cum Laude per unanimitat, sobre les interaccions i transformacions a la plaça do Rossio.</p> <p>Música: Lisboa nao é a cidade perfeita – Deolinda.</p>
00:13:00-00:23:00	BLOC 2: Daniel Malet	<p>Després de la transició creuada entrevista amb Daniel Mulet a la plaça del Rossio.</p> <p>Després ens traslladem a Bairro Alto, un dels principals punts de trobada nocturns a la ciutat, on s'hi concentra gran part del turisme i dels estudiants internacionals a l'hora de pernoctar o habitar. És un dels barris més perjudicats per la gentrificació. A les oficines de l'Erasmus Life Lisboa' s'hi concentren al voltant de 100 estudiants cada nit com a punt de trobada. Una àrea envoltada de bars i restaurants. Entrevistes a peu de carrer a estudiants i promotors del que ve sent la nit de Lisboa i dels coordinadors Erasmus.</p> <p>Música: Mala Vida – Nouvelle Vague, Olivia Ruiz.</p>

		<p>Després, seguint a en Daniel, baixariem caminant de Bairro Alto a Cais do Sodre, on es concentren tots els clubs i discoteques. Aquesta ruta és la que s'acostuma a freqüentar durant les nits. Allà ens trobarem amb dos companys del grup de recerca.</p> <p>Música: Get Lucky – Karen Souza</p> <p>Escena informal en un bar de Pink Street.</p> <p>Ella i en Jordi, altre membre de l'equip, han estudiat la vida nocturna i vintage de 'Cais do Sodre' així com la gentrificació a la zona construïda per la Exposició Universal de 1998. (Paral·lelisme entre exposició universal i Olimpíades)</p> <p>Recurs d'imatges d'arxiu dels jocs olímpics de Barcelona i de l'exposició universal de Lisboa.</p> <p>Música: Barcelona – Freddie Mercurie, Montserrat Caballé.</p>
00:23:00-00:24:00	Transició mitjançant aeroport.	<p>Per tancar el bloc d'en Daniel, acabariem a Lisboa al mercat de 'Feira de Ladra'. Només passeig observacional, sense entrevista, per ensenyar l'ambient on la gent local ven els seus records així com roba i altres peces a</p>

		<p>uns turistes encuriosits per aquests mercats de segona mà. Un dels més mítics i emblemàtics de la ciutat.</p> <p>Transició entre les postals del mercat, les de l'aeroport (Seguiment de'n Daniel cap a Barcelona per període estival), i les dels estants a Barcelona.</p> <p>El bloc també acaba amb una transició creuada com és habitual, però aquesta vegada ja a Barcelona. En Daniel entraria a la Universitat de Barcelona (la central) mentre d'altre banda seguiríem a en Javier anant cap el lloc de treball al Born.</p> <p>Música: Postcards from Italy.</p>
00:25:00-00:26:00	Introducció de la ciutat	<p>Com s'ha fet anteriorment amb la ciutat de Lisboa, obriríem aquesta segona part del documental amb imatges d'arxiu de la ciutat, i plans recurs gravats anteriorment.</p> <p>Música: Barcelona – Giulia y los tellarini. (Una de les cançons de 'Vicky Cristina Barcelona dirigida per Woody Allen') Recurs: gravar aparador amb televisions mentre a les pantalles apareixen escenes de la pel·lícula. Recurs alterat amb After Effects mitjançant màscares.</p>
00:26:00-00:36:00	BLOC 3: Javier	<p>En aquesta ocasió acompanyarem a en Javier durant un dia de feina normal al Born fins acabar al seu domicili a</p>

		<p>Llucmajor, on parlarem de Nou Barris, de la PAH i de com afecta la ciutat a la classe treballadora.</p> <p>Música: Manu Chao – Clandestino</p>
00:36:00-00:37:00	Transició creuada	<p>En aquesta ocasió, per aquest canvi de bloc, es gravarà un dia posterior a l'acció del dia anterior. És a dir, el creuament no serà on es va acabar l'acció anterior, a Nou Barris, sinó que serà a La Barceloneta. Mentre en Javi torna a l'oficina de Tecnocasa del Born. Aquest cop ho farà mitjançant la Barceloneta, on ens trobarem a Aziz Faye.</p> <p>Música: Al Mar – Manel.</p>
00:37:00-00:47:00	BLOC 4: Aziz Faye	<p>En aquest bloc assistirem a un dia rutinari d'en Aziz. Així com també anirem a Badalona, on es troben els magatzems d'on arriben la gran majoria de productes falsificats que es venen al carrer. També assistirem a una reunió del Sindicat de Manters. I, a més, la producció del documental intentarà concertar una trobada entre ell i l'executiu del nou govern de l'Ajuntament de Barcelona (encapçalat per Ada Colau) per tractar el tema dels manters, i de la criminalització de les protestes envers als models de ciutat com ara per Can Vies, o el desallotjament del Banc Expropiat.</p> <p>Música: Gitana Hechicera</p>

		<p>– Peret.</p> <p>Música: Violència – Orxata Sound Systema.</p>
00:47:00-00:52:00	Final: històries creuades + final expositiu	<p>Acabariem d'un mode circular. És a dir, tancant amb fragments de les entrevistes estàtiques realitzades als protagonistes. Amb una valoració final de les ciutats, les seves experiències, i altres.</p> <p>Música: A-Punk: Vampire Weekend</p>
00:52:00-00:53:00 53:00-60:00' *S'han de repartir 7 minuts per a fragments de les entrevistes amb les veus especialitzades segons convingui.	Crèdits finals + imatges	<p>El documental acaba amb imatges de la ciutat, amb imatges seguint els protagonistes i amb els chyrons amb la fitxa tècnica.</p> <p>Música: A-Punk: Vampire Weekend.</p>

Taula 4.2: Guió literari.

4.5 TRACTAMENT DEL SO I LA IMATGE

El tractament de la imatge i del so va lligat al tipus de material i dispositius utilitzats durant el documental. Més endavant, a l'apartat de material tècnic, hi ha la justificació i la tria dels productes seleccionats per a la producció i realització del documental. A grans trets podem destacar que el documental estarà gravat en tot moment amb una qualitat de imatge 4K a excepció del material aportat pels propis personatges i el material d'arxiu cedit o comprat a altres televisions o arxius nacionals.

És una decisió que mira al futur, més enllà del llarg procés d'estandardització del format 4K, el documental pretén apostar per una peça d'alta qualitat sense estar dotat amb grans pressupostos per al material tècnic. Donant la sensació d'un producte amb acabats professionals però sense arribar a la perfecció dels productes cinematogràfics d'alt pressupost.

Al tractar-se d'un documental que barreja el mètode expositiu amb el mètode observacional (així com elements participatius) hi podem trobar diferents formes quant al tractament de la imatge. Pel que fa les entrevistes als protagonistes des del mètode expositiu la càmera estarà subjecte a un trípod, en un entorn estàtic però no descontextualitzat. És a dir, no s'utilitzaran plafons ni cromes per donar una sensació més neutre, sinó que en tot moment el personatge estarà dins del seu entorn, ja sigui el seu espai de treball, el seu domicili, o exteriors freqüentats per ell o ella.

D'altra banda, pel que fa al tractament durant les escenes observacionals la càmera no estarà subjecte a cap punt de suport (sí que s'utilitzarà arnès steadyacm per estabilitzar). Es farà un seguiment càmera en mà, donant un estil més amateur però més proper.

Amb tot això, també cal destacar que la imatge un cop passada a postproducció serà tractada amb el programa DaVinci Resolve per al processament i la edició del color. Sense abusar de l'edició, la idea es corregir plans i utilitzar la il·luminació i el color en funció de l'escena, tenint en compte la connotació de la imatge i dels colors dins del món de l'audiovisual.

Exemples de fotogrames de pel·lícules i documentals referents a l'hora de tractar la imatge:

Exterior:



Imatge 4.1: Fotograma de la pel·lícula dirigida per Woody Allen.

Interior:



Imatge 4.2: Fotograma de 'Gabo: the film' dirigida per Justin Webster.

Quant al so, que va correlacionat amb el tractament de la imatge, estarà enregistrat a través de diferents canals. Per a les entrevistes estàtiques s'utilitzarà un micròfon de corbata pel seu pragmatisme i comoditat. En cas de gravar a exteriors també s'utilitzarà un micròfon de perxa per reforçar els nivells d'entrada d'àudio. En canvi, per a totes aquelles seqüències (ús del pla seqüència) gravades d'una forma més esporàdica i espontània s'utilitzarà una grabadora d'àudio externa amb la col·laboració d'un expert en so i en l'ús de la perxa. Després a postproducció gràcies al software PluralEyes es sincronitzaran totes les pistes d'àudio automàticament i amb el mateix programa d'edició (Adobe Premier Premium) es regularà el so al mateix nivell, tractant els nivells i eliminant els sorolls que hagin aparegut durant la gravació.

Deixant de banda el so diegètic també cal detallar breument quines són les músiques o sons extradiegètics que acompanyaran la peça documental. A banda de les músiques que s'aniran reproduint en fragments concrets, la peça audiovisual utilitzarà un mateix fil conductor musical que ajudarà a homogeneïtzar continguts dins del relat creant una sensació de reiteració i de familiarització amb les escenes. El grup encarregat d'aquesta banda sonora o fil conductor s'anomena 'The Crab Apples'.

Llista de músiques del documental - No estan incorporades per ordre d'aparició

01. Follow Me – Maia Vidal
02. Voce Me Apareceu - Kaledoscopico
03. Barcelona – Freddie Mercurie i Montserrat Caballé
04. Ai Mouraria – Amalia Rodrigues
05. Mala Vida – Nouvelle Vague, Olivia Ruiz
06. Al Mar - Manel
07. La Banlieu - Beirut
08. Barcelona – Giulia y los tellarini
09. A-Punk - Vampire Weekend
10. Deolinda – Lisboa nao e a cidade perfeita
11. Violencia – Orxata Sound Systema
12. Gitana Hechicera - Peret
13. Clandestino – Manu Chao
14. Karen Souza – Get Lucky

Entenent que és una coproducció pensada per a distribuir-se a les televisions públiques d'ambdós països, els drets d'autor per les músiques venen inclosos dins del contracte que les cadenes firmen amb les productores o amb els autònoms. No obstant, en cas contrari, si no hi hagués aquesta coproducció per part d'institucions que ja paguen els drets d'autor, es detallaria als pressupostos quines són les músiques amb drets lliures i quina quantia s'ha de pagar en concepte de llicències i reproduccions per respectar propietat intel·lectuals a plataformes o associacions d'autors com per exemple la S.G.A.E. a Espanya per a la reproducció total o parcial d'una obra protegida.

4.6 LOCALITZACIONS

Els països on es rodarà el projecte, com ja s'ha esmentat anteriorment, són Portugal i Espanya. Concretament ens centrarem en les ciutats de Barcelona i Lisboa. Al ser un documental observacional el projecte transcorrerà a les localitats o punts de referència dels personatges per no extreure els protagonistes del seu context. A la següent taula estan les localitzacions desglossades per personatges més les imatges recurs que calguin de les ciutats on s'articularà el projecte:

LOCALITZACIONS				
	BARCELONA (ESPANYA)		LISBOA (PORTUGAL)	
Personatges	Interior	Exterior	Interior	Exterior
Daniel Malet	Universitat de Barcelona Aeroport	Universitat de Barcelona Aeroport		Plaça 'Rossio' on ha desenvolupat la seva tesis doctoral sobre espai públic. Bairro Alto. Cais do Sodre. Feira da Ladra – Alfama.
Maria del Valle			Primeiro Andar – Lisboa El seu domicili - Graça	Barris de l'Alfama, Mouraria i Rossio.
Aziz Faye	Badalona: naus industrials.	Badalona: naus industrials. Barceloneta		
Javier (agent immobiliari)	Pisos a la venda o en lloguer a Ciutat Vella. Oficines del Born. Nou Barris.	Ciutat Vella: El Born. Plaça Universitat. Barceloneta. Nou Barris, al		

		seu domicili.		
Vox pops		Les Rambles de Barcelona. Passeig Colón i Barceloneta.		Bairro Alto Lisboa. Intendente i Martim Moniz.
Plans recurs		Altres localitzacions no mencionades anteriorment: Timelapse Barcelona des dels Bunkers del Carmel.		Altres localitzacions no mencionades anteriorment: Timelapse de les vistes panoràmiques de Lisboa des del mirador de Senhora do Monte.

Taula 4.3: Localitzacions

4.7 PARTICIPANTS

‘Vende-se’ està articulat a través de les històries de 4 personatges totalment diferents. No obstant, gràcies a la seva mirada podem anar construint el discurs implícit del documental, és a dir la nota d’intenció al voltant del procés de la gentrificació. Més enllà d’aquests 4 personatges protagonistes, detallats anteriorment a la sinposi llarga, també hi trobem entrevistats per aportar “arguments d’autoritat” (Weston A. 2013) dins de l’àmbit de l’antropologia urbana.

Altres possibles aparicions com a fonts especialitzades:

Nom: Catalina Gayà

Ocupació: Periodista i professora a la Universitat Autònoma de Barcelona

Relació amb el tema d’estudi: Ha treballat durant molts anys el conflicte urbà a la ciutat de Barcelona.

Localització: Barcelona.

Nom: Manuel Delgado

Ocupació: Antropòleg, investigador i professor a la Universitat de Barcelona

Relació amb el tema d'estudi: S'ha dedicat durant anys a l'estudi del concepte de Barcelona com a marca.

Valoració i justificació del personatge:

Localització: Barcelona.

4.8 MATERIAL TÈCNIC

Quant al material tècnic cal a dir que dels següents productes per a la imatge se n'ha fet tria amb la opció més rentable o més adequada pel nostre projecte, aquest llistat és un estudi previ realitzat per escollir el material que més s'adequa a les necessitats del documental.

Tanmateix, cal destacar que tant per l'equip fotogràfic (vídeo) com pels accessoris de llum i so s'ha descartat en ambdós casos el lloguer de material per setmanes. Després d'haver comparat pressupostos tant a Casanovafoto com a Ovide pel lloguer de material durant 2 mesos s'ha arribat a la conclusió que l'opció més rentable i viable econòmicament és comprar el material nou o de segona mà per després recuperar-lo per futurs projectes o vendre'l en acabar el documental i afegir-ho a finançament. Els pressupostos en ambdues cases de lloguer per 1 càmera de vídeo 4k i una altre mirrorless arribaven a més de 3.000 euros.

Exemples càmeres de cine gravació 4K i Full HD:

La càmera EOS C100 MARK II té un preu de venda al públic de 3.933,29\$ (l'equivalent a 3.520,37€). En canvi, el lloguer de la càmera durant dos mesos seria de 2.800 euros + 588 d'I.V.A, és a dir, 3.388€ en total, tan sols 132 euros menys de la opció de compra.

L'altre càmera, Canon XF100, segons FNAC, surt a 1.901,81 euros. En canvi, llogar-la dos mesos sencers supera el pressupost anterior, 2.000 euros més 420 d'IVA. A ambdues càmeres també se li hauria de sumar una fiança que ascendeix a més de 1.500 euros en els dos casos. Els pressupostos d'Ovide (consultats telefònicament per a equips similars als de Casanovafoto són semblants quan es tracta de lloguers mensuals).



Imatge 4.3: Exemples càmera

Càmeres mirrorless gravació 4K i Full HD:

En aquesta ocasió, contemplant la opció de les càmeres mirrorless per la seva qualitat i la seva economia s'ha contemplat el lloguer de la Lumix GH4. Una càmera amb grans referències dins del sector de l'audiovisual. Comprar la càmera a preu de fabrica surt a 1.499 euros, en canvi, llogar-la un mes surt a 2.184 (cos i objectiu) sense tenir en compte el preu de la fiança.



Imatges 4.4: Exemples càmera

Així doncs, després de contemplar diversos exemples del que seria llogar material tècnic per a dos mesos podem concloure que la opció més econòmica i pràctica, (entenent que en acabar el projecte podem comptar amb material prop), seria la de compra, ja que el material ja s'amortitzaria en aquests dos mesos. No obstant, per escollir equip tècnic amb opció a compra s'ha fet una tria per entendre quines funcions i característiques, així com la relació amb el preu i qualitat, són les més adients per un documental amb unes dimensions modestes però sense deixar la professionalitat de banda.

Després d'haver comparat internament diferents equips orientats a la producció de vídeo professional podem destacar que les dues càmeres adquirides són la Panasonic Lumix GH4, per la seva relació qualitat preu, i la Blackmagic Production Camera 4K entenent el gran potencial d'una càmera per a professionals a un preu més proper al pressupost del documental sense haver d'invertir en grans càmeres compactes. Amb aquesta decisió, doncs, s'aposta definitivament per unes càmeres amb capacitat de gravació 4K, tot i que el format trigarà anys a estandaritzar-se a les llars, però s'adquireixen mirant de cara al futur i a projectes posteriors.

IL·LUMINACIÓ:

L'equip d'il·luminació està format per un lot de 5 reflectors de llum marca Fotima per a exteriors amb un cost total de 49 euros. Així com també hi ha un focus mode llanterna com a complement per a la càmera per a escenes nocturnes amb un preu de

SO

Per a les entrevistes estàtiques, és a dir, aquelles que no hi ha moviment de càmera, realitzades amb una posició fixa, s'utilitzarà micròfon de corbata (més perxa com a reforç). El micròfon seleccionat és de la marca Rode i la versió és l'SmartLav+ amb un cost de 52 euros.

D'altra banda, per gravar exteriors, o reforçar les escenes d'interior, s'ha escollit una gravadora digital Olympus, edició PCM LS-14, amb un cost de 219 euros. Per acabar de completar el material d'àudio s'ha triat un micròfon de la marca Rode amb una pèrtiga de 2 metres i fundes per cobrir l'aparell incloses. El preu d'aquest últim lot és de 50 euros.

ESTUDI

Pel que fa a les gravacions interiors a fonts especialistes, s'ha buscat una localització amb un estil neutre, és a dir espais amplis amb fons grisos amb bona il·luminació natural i prou camp de visió per trencar la imatge de fons. Respectant aquestes característiques un dels espais per excel·lència a Barcelona seria la nau industrial de Can Batlló. Només s'hauria de demanar permís a la comissió de rodatges (bcncatfilmcomission) de Barcelona o parlar amb els espais autogestionats de les naus.

Amb aquestes opcions gratuïtes s'ha descartat el lloguer d'estudis o platós per rodar un dia. Si més no, si que s'ha de preveure més material tècnic per al rodatge d'aquests espais. Aquesta vegada, com és tracta d'un espai que s'utilitzarà per dues entrevistes, és a dir, rodatge intensiu d'un dia, (matí i tarda), la opció més econòmiques per al material d'il·luminació és el lloguer d'equipament.

En aquesta ocasió s'ha consultat al portal Audiovisual Pro, on el pressupost estimat per un dia de lloguer és de 65 euros, incloent-hi un videoprojector que projectarà al fons de l'entrevistat on de manera puntual s'aniran visualitzant parts del material ja gravat a Lisboa i Barcelona. Així, com també es llogarà un kit de 2 Softbox de 1000w inclòs al pressupost anterior. Entenent que l'espai compta amb prou llum natural, que els rodatsges seran totalment de dia, i que no interessa gaire il·luminació per no destorbar l'efecte del projector l'opció més adient és llum tènue que ajudi a reforçar els punts d'il·luminació escollits.

ALTRE MATERIAL TÈCNIC DE SUPORT

Un cop finalitzada la part d'imatge, so i il·luminació cal destacar que també s'ha de contemplar amb certs accessoris per tirar endavant, com per exemple, trípodes (20 euros), arnes estabilitzadors de càmera (steadycam) 150 euros, i estabilitzador de cotxe llogat (37,5 entre 4 dies) per fer seguiments i sliders. El total del material (llogat i comprat) ascendeix a 227,5.

OFICINES

Pel que fa a l'espai de treball al no estar constituïts com a productora caldria és necessari buscar un espai amb almenys dos habitacions per poder realitzar la feina en condicions. Després de consultar les diferents oficines de coworking disponibles s'han descartat els espais compartits degut a la necessitat de disposar de dos sales amb una que compleixi els requisits de la etapa de muntatge. És a dir, una sala de petites o mitjanes dimensions, sense gaire llum natural, i aïllada del soroll per a poder treballar durant períodes llargs sense interrupcions. És per això que la millor opció és el lloguer d'oficines compartides però amb espais propis.

Després d'una preselecció de pisos al centre de Barcelona el seleccionat és un pis de 50 metres quadrats amb dos habitacions i un lavabo al Carrer París. L'oficina es troba en un edifici compartit, amb altres espais de treball al mateix bloc. El lloguer per als nou mesos de treball és de 500 euros mensuals (amb subministraments inclosos), més dos mesos de fiança. És a dir un total de 5.500 euros dels quals 1.000 es tornen un cop acabat el període de postproducció.

EQUIP DE MUNTATGE

A part de les oficines també s'ha de calcular el material tangible que s'utilitzarà a l'hora de muntar el projecte, així com les despeses per comunicacions. Pel que fa l'equip de producció, de direcció i de realització cal dir que aquest treballarà amb l'equip personal del qual disposa, és a dir, portàtils i telèfons mòbils. Només estaran incloses dins les despeses les factures extraordinàries en comunicacions a l'hora de desplaçar l'equip a Lisboa.

En canvi, pel que fa l'equip d'edició i muntatge caldrà instal·lar un ordinador amb dues pantalles a la sala d'edicions. Degut al cost elevat del material d'edició i tenint en compte que el període de muntatge és només de dos mesos s'ha estipulat que l'equip d'edició estarà format per un iMac 21,5 amb pantalla 4k i una pantalla extra per editar a amb dos espais. Així com també serà necessari la compra de dos discs durs (l'original i la còpia) d'almenys 2TB.

SOFTWARE MUNTATGE

Quant a l'edició de vídeo i so el software que s'utilitzarà serà el programa Adobe Premiere Pro. Per englobar tota la gamma Adobe es contractarà la llicència Creative Suite durant 6 mesos que inclou els programes After Effects i Adobe Photoshop. No obstant, s'utilitzarà el programa DaVinci Resolve per a la postproducció i la correcció de colors.

COMUNICACIONS

Respecte a les comunicacions caldrà instal·lar una línia de fibra òptica a les oficines amb una línia extraordinària de telèfon fixe. No obstant, segons la nova legislació Europa el conegut càrrec per roaming finalitzarà el pròxim 15 de juny del 2017. Entenent les circumstàncies del rodatge a l'estranger (Lisboa) el juny de l'any 2017 s'haurà de contractar un servei addicional per evitar el sobrecàrrec quant a telefonia mòbil i internet a Portugal.

Degut a les dimensions del rodatge no caldrà contractar aparells de coordinació interna com comunicació via ràdios.

4.9 EQUIP HUMÀ

Pel que fa a l'equip humà, tant personal tècnic com de producció i realització, s'ha calculat que serien necessàries 11 persones contractades fins a finalització d'obra sense comptar els serveis externs contractats. Així com altres treballadors coberts per la coproducció amb les televisions públiques com els lingüistes, els dobladors.

Equip humà intern	
	Director, Guionista: Lluís Elias
	Productora: Assumpta Ayuso
	Ajudant de producció: Ona Tura
	Realitzadora: Filipa Reis
	Montadora i etalonatge: Judit Méndez
	Operador de càmera 1: Alexis Strataki
	Operador de càmera 2: Marc Arroyo
	Director de fotografia: Yuse Riera
	Operador de so: José Williams
	Il·luminació: Pere Pau Hervás
	Grafisme i animació: Toni Noya

4.10 PLA DE PRODUCCIÓ

El procés total entre que s'idea i s'estrena el projecte a televisions i altres plataformes és d'aproximadament 12 mesos, és a dir, 1 any, tenint en compte els períodes festius corresponents. El projecte està previst començar-lo a l'abril de l'any 2017 i estrenar-lo a finals de febrer o principis de març del 2018. La data d'estrena està subjecte a les condicions que estableixin les principals cadenes que han coproduït bilateralment el documental. Entenent el caràcter del documental, i després d'haver fet un estudi de mercat i d'audiències per estacionalitat, el mes adient seria estrenar el projecte just abans de la temporada estival.

El pla de producció es desenvolupa entre l'abril i el maig del 2017. És a dir, dos mesos complets a la preproducció i producció del documental, incloent el període d'investigació, contacte amb els personatges i planificació del pla de rodatge. Al estar pensat per a una coproducció entre Espanya i Portugal cal tenir en compte els desplaçaments o l'estada a Lisboa per fer un treball de camp més proper.

4.11 PLA DE RODATGE

Quant el pla de rodatge, al ser un documental amb unes dimensions i un pressupost estàndard, és a dir, que no està fora de lo comú amb una gran inflació de pressupostos, el rodatge és pot dur a terme en qüestió de dos mesos i una setmana. El rodatge estarà dividit en 4 mòduls o subperíodes dedicats exclusivament als personatges que s'han contactat prèviament. Cada protagonista tindrà un seguiment de dos setmanes consecutives, que serviran també per rodar els plans recurs de la ciutat, les entrevistes amb veus d'autoritat i especialitzades, i finalment els vox pops i els recursos pels tràilers i les campanyes de promoció.

Al tenir localitzacions a diferents països, el rodatge és dividirà en dues parts, una estarà centrada a Lisboa, que és on començarà el relat i l'altre a Barcelona, que és on acabarà.

4.12 PLA DE MUNTATGE I DE POSTPRODUCCIÓ

Un cop finalitzat el període de rodatge, és a dir, el 7 d'agost, començarà el període de vacances regulades sota conveni. En acabar, començaria el que entenem com a postproducció. S'haurien de transcriure tots els bruts, fer una selecció dels 'totals' per l'equip de guió i començar a muntar la peça. Aquesta etapa té una duració aproximada de quatre mesos, del setembre de 2017 al desembre del mateix any, incloent-hi la fase posterior al pla de muntatge de comercialització i distribució del documental.

Cal destacar que aquesta última etapa de la postproducció, és a dir, la comercialització i distribució estarà coordinada amb un equip de treball extern. Un cop acaba el període de muntatge i postproducció, pensat per al desembre el 2017, es delegaria part del gruix del treball a l'empresa externa dirigida per Núria Costa i Marta Baldo.

L'empresa s'anomena Working at Weekend i coordina diferents campanyes de premsa i esdeveniments a dins l'Estat. L'empresa, amb gran reputació dins del món audiovisual, ha treballat amb documentals i pel·lícules internacionals entre les quals hi podem trobar 'Pa negre', 'Lo imposible', o '10.000 km' entre d'altres.

A mode de conclusió, podem dir que el projecte començaria al març amb el període de preproducció, seguidament al juny començarien els rodatges i viatges amb tot l'equip a Lisboa. Un cop passat aquests dos mesos de rodatge, fins la primera d'agost, i respectades les dos setmanes de vacances que marca el conveni, al setembre es reprendria l'activitat amb l'equip de muntatge i postproducció interna. Al desembre, un cop tancat el projecte, el material per a la premsa i per a la distribució, l'equip de treball extern s'encarregaria de la comercialització i màrqueting fins el dia de l'estrena, previst per a finals de febrer o inicis del mes de Març (Observar taula 4.4 als Annexos)

4.13 PRESSUPOSTOS DESGLOSSATS PER CAPÍTOLS I FASES: CAPÍTOL 1: NÒMINES (PERSONAL)

PREPRODUCCIÓ				
Càrrecs/Nòmnes	Preu	Persones	Dies/Mes	Resultat
Director/Guionista	1.978,26	1	2	3.956,52
Productora	1.878,26	1	2	3.756,52
Realitzador	1.604,61	1	2	3.209,22
Ajudant de producció	100	1	2	200
				TOTAL 11.122,26€

PRODUCCIÓ				
Càrrecs/Nòmnes	Preu	Persones	Dies/Mes	Resultat
Director	1.978,26	1	3	5.934,75
Productora	1.878,26	1	3	5.634,78
Realitzador	1.604,61	1	3	4.813,83
Ajudant de producció	100	1	3	300
Director de fotografia	1.399,37	1	3	4.198,11
Operador de càmera i operador especialista de càmera	1.262,55	2	3	3.787,65
Operador de so	1.057,30	1	3	3.171,9
Il·luminació	988,89	1	3	2.966,67
				TOTAL 30.807,69

POSTPRODUCCIÓ				
Càrrecs/Nòmnes	Salari base	Persones	Dies/Mes	Resultat
Director	1.978,26	1	4	7913,04
Productor	1.878,26	1	4	7413,04
Realitzador	1.604,61	1	4	6418,44
Ajudant de producció	100	1	4	400,00
Muntador i etalonador	1.399,37	1	4	5597,48
Grafisme i animació	1.262,55	1	4	5050,2

TOTAL: 32.792,2

TOTAL CAPÍTOL 1 NÒMINES: 74.722,15

Taula 4.5: Nòmines

CAPÍTOL 2: DESPLAÇAMENTS I DIETES

PREPRODUCCIÓ			
Desplaçaments/Dietes	Preu	Unitats	Resultat
Desplaçaments interns:			
Bitllet mensual metro Lisboa.	30	x2	60
Viatges:			
Bitllets avió fase preproducció entre Abril i Maig.	120	x2	240
Dietes	150	x2	300
Allotjaments:			
Lloguer setmanal apartament Lisboa.	250	x3	750
TOTAL: 1.350			

PRODUCCIÓ			
Desplaçaments/Dietes	Preu	Unitats	Resultat
Viatges:			
Lloguer 'renting' furgoneta per a 6 persones durant més de 30 dies per a desplaçaments interns i per viatge Barcelona – Lisboa.	925	1	925
Bitllet anada per un operador de càmera per fer seguiment a un dels personatges.	220	1	220

Dietes	150	6	900
Allotjaments:			
Lloguer mensual apartament	500	1	500
TOTAL: 2.545			

POSTPRODUCCIÓ			
Desplaçaments/Dietes	Preu	Unitats	Resultat
Desplaçaments:			
Lloguer furgoneta puntual per a gravar a Badalona i Lluçmajor.	25,59 (impostos inclosos)	1	25,59
TOTAL: 25,59			

TOTAL CAPÍTOL 2 DESPLAÇAMENTS/DIETES: 3.920,49

Taula 4.6: Desplaçaments i dietes

CAPÍTOL 3: RODATGES I MATERIAL TÈCNIC

PREPRODUCCIÓ			
Material Tècnic	Preu	Unitats	Resultat
Ordinador iMac 21.5 pantalla 4k	1.529,00	x1	1.529,00
Pantalla externa Dell Ultra HD P2815K	700	x1	700
Discs durs Maxtor D3 Station	80	x2	160
TOTAL 2.389,00.-			

PRODUCCIÓ			
Material tècnic	Preu	Unitats	Resultat
Càmera Panasonic Lumix GH4	1.499	x1	1.499
Blackmagic Production Càmera 4K	2.685,42	x1	2.685
Objectius Gran Angular Canon EF 16-35mm F/2.78	565,99	x1	565,99
Arnés Steadicam	150	x1	150

Tripode + opció travelling	20	x2	40
Estabilitzador de cotxe	37,5	x1	37,5
Micròfon corbata SmartLav+	50	x1	50
Grabadora Olympus	219	x1	219
Micròfon perxa	50	x1	50
2 Softbox de 1000w	30	x1	30
Projector	35	x1	35
Lot reflectors	10	x5	50
Panasonic Flash FL500	369	x1	369
Targetes de memòria 32GB	29	x4	116
TOTAL: 5.960,40.-			

POSTPRODUCCIÓ			
Material intangible	Preu	Unitats	Resultat
Software Adobe, Llicència Creative Suite	49,99 mensuals	4	199,96
Llicències drets música	1.904	1	1.904
Domini web, servidor i manteniment	3.000	1	3.000
TOTAL 5.103,96			

TOTAL CAPÍTOL 3 RODATGES I MATERIAL TÈCNIC: 13.453,36,00

Taula 4.7: Rodatges.

CAPÍTOL 4: COMUNICACIONS I DESPESES GENERALS

PREPRODUCCIÓ			
Despeses generals	Preu	Unitats	Resultat
Lloguer oficina	500	X10	5.000
Material d'oficina	150	x10	1.500
Tarifa Delfín Línia Fibra Òptica + Mòbil	29,48	X10	294,8
Altres	100	X10	1.000
TOTAL 7.794,8			

PRODUCCIÓ			
Despeses generals	Preu	Unitats	Resultat
Retevis Walkie Talkie (Ràdio Comunicacions Internes)	17,5	X4	70
Targetes prepagament portuguès línia NOS	8,2	X6 persones	49,2
			TOTAL 119,2

POSTPRODUCCIÓ			
Despeses generals	Preu	Unitats	Resultat
Serveis externs comercialització i marqueting Working at Weekend	3.000	x3	9.000
Copies físiques DVD i BlueRay amb els màsters per a productores, festivals i sales de cinema + disseny caràtules	1.000	x1	1.000
			TOTAL 10.000

TOTAL CAPITOL 4 COMUNICACIONS I DESPESES GENERALS: 17.914

Taula 4.8: Comunicacions i despeses.

PRESSUPOST FINAL DOCUMENTAL 'ES VEN'	
PREPRODDUCIÓ	
Nòmines fase investigació i recerca	11.122,26
Desplaçaments	1.350
Material tècnic	2.389
Despeses generals	7.794,8
Total:	22.656,06€
PRODUCCIÓ	
Nòmines	30.807,69
Desplaçaments i dietes	2.545
Material tècnic i rodatge	5.960,40
Comunicacions i desp. generals	119,2
Total:	39.432,29
POSTPRODUCCIÓ	
Nòmines	32.792,2
Desplaçaments i dietes	25,59

Material intangible i llicències	5103,96
Despeses generals i altres	10.0000
Total:	47.921,75

TOTAL PRESSUPOSTOS:	110.010€
----------------------------	-----------------

Taula 4.9: Pressupostos generals.

4.14 PLA FINANCER:

Un cop dissenyats els pressupostos és l'hora de calcular com es finançarà el projecte i com es cobriran les despeses mencionades anteriorment. Entre aquestes vies de finançament hi trobem: inversió de la productora, finançament de les cadenes de televisió en règim de coproducció, subvencions i ajudes al desenvolupament del projecte, i finalment altres vies de finançament.

Inversió productora: La productora, com apunten algunes de les subvencions i ajudes mencionades posteriorment, ha de contribuir al documental amb part del finançament, no obstant, l'import d'aquesta, segons l'ajuda que atorga la Generalitat de Catalunya

mitjançant l'ICEC , no pot ser superior al 15% de recursos propis sobre el pressupost total. Així doncs, un 10% d'aquest total forma part de la inversió que fa la mateixa productora, en aquest cas, la productora ANAFI que inverteix amb 11.000 euros inicials. A més, cal destacar, que al incloure part del material tècnic dins dels pressupostos la productora podria comptar amb aquest material com a propi per als exercicis posteriors, entenent doncs, que part del capital invertit en la coproducció del documental va sobretot destinat al material inicial per a la empresa.

Cadenes de Televisió: En aquesta ocasió, després d'haver fet un estudi de mercat i anàlisi del panorama audiovisual europeu en els apartats anteriors del treball, podem concloure que el documental està dissenyat i pensat sobretot per a coproduccions amb altres cadenes públiques, ja sigui d'Espanya o Portugal. En aquest cas però, hem contemplat les cadenes públiques de Catalunya, TV3, i de Portugal, RTP, per no involucrar més cadenes quant a la producció del documental. No obstant, no podem obviar el paper de TVE a l'hora de promoció i difusió del projecte.

1. TVC: Pel que fa Televisió de Catalunya cal destacar que l'import sol·licitat a la cadena en règim de coproducció no pot superar el 49% de l'import total del projecte. A més, també especifica si seran necessàries imatges d'arxiu de la cadena i quina quantitat. Com que el documental tractarà breument l'impacte de les Olimpíades i del Fòrum de les Cultures de Barcelona s'aproxima que puguin ser necessaris fins a 5 minuts d'imatges d'arxiu que d'altre banda ens estalviarem a la partida dels pressupostos. L'import estimat que es sol·licita a TVC és d'un 25% sobre el total, és a dir 27.500 euros.
2. Rádio Televisão Pública: Pel que fa a les coproduccions quant a la RTP cal destacar que no hi ha cap apartat on s'esmenti la regulació/legislació de les parts. Segons la Llei nº 55/2012 datada del 6 de setembre, alterada per la Llei 28/2014 del 19 de maig, que estableix els principis d'acció de l'Estat en el marc del foment, el desenvolupament i la protecció de l'art del cinema i les activitats cinematogràfica i audiovisuals, regulades pel Decret-Llei nº124/2013 del 30 d'agost, els operadors de televisió que incloguin dins de la programació dels seus serveis obres cinematogràfiques o documentals creatius o series televisives es veuen també en l'obligació de participar en la producció cinematogràfica i

audiovisual fomentant projectes de producció o coproducció a mitjançant part del finançament dels pressupostos anuals. No obstant, als Estatuts de la Radio Televisió Pública Portuguesa no hi ha més especificacions sobre les produccions i les coproduccions, a més, la RTP està subjecte al ‘Código dos Contratos Públicos’ però degut a la gran quantitat de variacions de format quant a adquisicions o coproduccions, tal com s’esmenta a l’apartat número 2 de l’article 4, la seva activitat no queda regulada en tots els casos per aquest codi.

En canvi, un dels requisits que estableix l’ens públic per a poder ser escollits dins de la graella de continguts i formar part dels pressupostos és que els productors o realitzadors del projecte estiguin degudament registrats a l’Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA). Així doncs, podem dir que aquest projecte compleix el requisit al comptar amb Filipa Reis que forma part d’una productora independent de Portugal anomenada, paradoxalment, ‘Vende-se’ però que opera actualment sota el nom de ‘Uma pedra no Sapato’. Tal i com s’ha establert amb la Televisió de Catalunya i entenent el pes de les dues grans cadenes de Televisió sota la funció de servei públic se li sol·licita a RTP un altre 25% del pressupost total del documental, és a dir, 27.500 euros, sumant entre ambdues cadenes públiques un total de 55.000 euros que representen el 50% del pressupost.

Subvencions i ajudes: Un cop hem especificat el 60% del pressupost repartit entre la inversió de la productora i les dues grans cadenes públiques, cal sumar ingressos fins arribar a la quantitat total.

ICEC: L’Institut d’Estudis d’Empreses Culturals que depèn del Departament de Cultura de la Generalitat atorga diferents subvencions dins del panorama audiovisual. Entre les diferents ajudes hi trobem les subvencions per a la realització de documentals destinats a ser emesos per televisió. Entre els requisits de les ajudes i els criteris de selecció (Annex taula X) destaca que el documental ha tenir una duració mínima de 52 minuts, així com incorporar un treballador en règim de pràctiques, un alumne o graduat en centres d’estudis audiovisuals reglats o universitats d’ensenyament audiovisual o artístic. En el cas d’aquest projecte els requisits es compleixen al comptar amb un estudiant com Assistent de Producció en règim de pràctiques.

Cal destacar que un dels criteris establerts a les bases de la convocatòria estipula que (sic.) “no poden ser destinatàries de les subvencions que preveuen aquestes bases les empreses productores audiovisuals la participació de les quals en el documental sigui financera.” En aquest cas, la productora audiovisual tot i que si que aporta un 10% del pressupost s'involucra completament a totes les fases del projecte, tant preproducció, producció i postproducció.

Un cop complerts els requisits, cal analitzar quins són els criteris de valoració que adjunten per escollir un dels projectes. Els diferents criteris estan adjuntats íntegrament a l'apartat d'Annexos. No obstant, és un apartat força interessant a sintetitzar per entendre quines són les possibilitats d'aconseguir l'ajuda i en quina mesura cal incorporar-la com a via de finançament. A continuació es resumeixen breument els criteris d'acceptació:

Criteris artístics:

- Versió original catalana. Referents culturals, històrics o artístics catalans. Participació creativa catalana al projecte així com participació tècnica al projecte. Interès, qualitat i temàtica del projecte. Trajectòria de l'equip tècnic que encapçala el projecte. Total de 70 punts.

Criteris industrials del projecte:

- Inversió del 50% o superior en despesa de treballs a efectuar a Catalunya. Difusió internacional. I per finalitzar al ser una productora nova es tindrà en compte l'experiència de la productora executiva. En aquest cas Assumpa Ayuso amb gran i exitosa trajectòria dins del món de la producció audiovisual.

Tal com pública el Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya al Número 7014 publicat a 9.12.2015 (sic.) aquesta subvenció destina un màxim del 20% del cost total del projecte amb un màxim de 27.000,00 euros per a obres on la versió original estigui en català.

A més, també cal tenir en compte el trams que s'estableixen per repartir les quantitats: de 50 punts a 60 punts s'adjudica el 85% de l'import sol·licitat, de 61 a 90 punts el 95% de l'import sol·licitat i de 91 punts a 100 punts el 100% de l'import sol·licitat.

Per tant, un cop analitzats els criteris i les bases establertes pel Departament de Cultura cal determinar, en funció de les possibilitats, quin és l'import a sol·licitar a l'ens públic.

Pel que fa al nostre projecte hem determinat una quantitat del 12% del pressupost total és a dir 13.200 euros. Tenint en compte els diferents trams ens podríem trobar amb la situació de comptar amb el 85% de l'import sol·licitat que equival a 11.220 euros, en aquest cas, s'haurien d'aconseguir 1.980 euros mitjançant altres vies de finançament per poder quadrar els pressupostos inicials.

IBERMEDIA: Deixant de banda les subvencions a nivell Català o Espanyol entenent la internacionalitat del projecte degut al règim de coproducció podem explorar altres vies d'ajudes que van més enllà del marc nacional. Una de les ajudes que resulta força interessant és la promoció i subvencions a projectes documentals i cinematogràfics en el marc del mercat iberoamericà. El principal requisit és formar part d'aquest consorci que en el cas del documental 'Vende-se' està més que justificat al tractar-se d'una producció d'Espanya i Portugal. Un dels altres requisits és utilitzar el Portuguès com a versió original del documental, la qual cosa també compleix. Quant a la duració del projecte, les bases de les ajudes estableixen que seran escollits aquells projectes documentals amb una durada mínima de 54' destinats a sales d'exhibició i/o cadenes de televisió. Així doncs, podem determinar un import del 10% sobre el total del documental en ajudes Iberoamericanes, és a dir, 21.000 euros.

ICAA: Tot i que l'apartat de subvencions i ajudes ha quedat tancat amb un 22% del pressupost total (amb còpies i publicitat) entre l'ICEC, el programa IBERMEDI o l'Europa Creative Media, cal mencionar que també s'ha consultat prèviament les bases de les convocatòries a les ajudes sobre projectes de llargmetratges documentals de l'Instituto Creativo de las Artes Audiovisuales del Ministeri de Educació, Cultura i Esport del Govern de l'Estat Espanyol.

Tal com recull la convocatòria, l'objectiu d'aquest ens públic és el de finançar projectes que posseeixin un valor cinematogràfic especial, cultural o social, i de projectes documentals. Així doncs, també s'estipula a la resolució publicada al BOE l'11 de març

de 2016 que el total de la partida pressupostària de l'any 2016 va ser de 6.000.000€ dels quals se n'ha de destinar per llei entre un 15% i un 25% del total per a projectes documentals.

Els beneficiaris per a obtenir les subvencions són aquelles productores que compleixin els requisits que s'estipulen a l'article 4.n) de la Llei 55/2007, datada del 28 de desembre. Així com aquells requisits generals que es recullen a l'article 24 del Real Decret 1084/2015 i a l'article 5 de la ordre ECD/2796/2015.

Així doncs, a primera vista, podem determinar que el projecte de documental en règim de coproducció té cabuda dins dels marcs legals d'aquestes resolucions. Si seguim llegint detingudament la resolució de l'11 de març per a les ajudes selectives de producció de llargmetratges sobre projecte veiem que els altres requisits obliguen a acreditar un 10% del finançament a l'hora de demanar l'ajuda (en el cas del nostre projecte estaria cobert des de l'inici amb la inversió pròpia) i remarquen que els costos de producció no poden ascendir d'1.8000.000€. D'entrada aquests són els requisits que estableix la convocatòria, no obstant, cal anar a l'ordre ECD/2796/2015 en la qual s'estableixen les bases reguladores a les ajudes previstes de la Llei 55/2007 del Cine i les estructures del Registre Administratiu d'Empreses Cinematogràfiques i Audiovisuals per veure que un dels requisits obligatoris per a sol·licitar l'ajuda és tenir un cost mínim de 400.000 euros en projectes documentals, i 700.000 en projectes en règim de coproducció.³

A mode de conclusió, podem entendre que les bases de la convocatòria estan subjectes als requisits dels Decrets Lleis que alteren o modifiquen parcialment Lleis aprovades pel Ministeri anteriorment pel Ministeri d'Educació. Tot i complir quasi tots els requisits queda exclosa la participació del projecte documental de les ajudes de l'ICAA al comptar amb un pressupost inferior als 700.000 euros.

ALTRES VIES DE FINANÇAMENT:

Un cop explorades les anteriors vies de finançament, és a dir, els recursos inicials de la productora més les subvencions i ajudes dels organismes públics, (total de 82.000€) ens

³ Artículo 14, sección 21 a las Ayudas generales para la producción de largometrajes sobre proyectos.

hem de centrar en les altres vies de finançament per cobrir el total dels costos previstos que en aquest cas és de 110.000 euros.

Drets d'antena:

Una de les principals opcions a l'hora de finançar el projecte és la de la formalització dels drets d'emissió mitjançant un contracte entre ambdues parts, productora i cadena de televisió, en aquest cas, els drets d'antena es solen comprar abans d'iniciar el procés de producció sobretot a l'hora de fomentar les produccions nacionals. En aquest cas, després d'haver analitzat el mercat audiovisual espanyol, tan públic com privat, podem arribar a la conclusió que el principal target per a firmar un contracte amb els drets d'emissió és la cadena pública de Radio Televisión Española. Tot i que des d'un inici s'ha exclòs a TVE com a coproductora per a la complexitat a l'hora de coproduir projectes multilateralment, s'ha tingut en compte a l'hora de difusió i promoció de la peça audiovisual. L'import calculat per a TVE quant als drets d'antena del projecte és del 10% del total que en aquest cas serien d'11.000 euros. Un cop superats els costos inicials es seguirà amb la distribució i la venda de drets d'antena a altres cadenes tan nacionals com internacionals superant la inversió inicial i amb marge de benefici.

Exhibicions a sales mitjançant crowdfunding:

Per aquest projecte s'ha descartat el finançament parcial del documental mitjançant campanyes de micromecenatge, degut a la implicació d'actor del pla de finançament no s'ha vist oportú haver de comptar amb mecenes per tirar endavant la peça audiovisual. No obstant, sí que s'ha tingut en compte com a vies de finançament les exhibicions a sales de cinema mitjançant demanda.

És a dir, utilitzar la plataforma Screenly per projectar el documental a diferents sales assegurant l'èxit de la projecció ja que va sota demanda, un cop coberts els costos i un mínim de quòrum es dona llum verda a la projecció. A més, deixant de banda el que suposa projectar a la gran pantalla, també és un requisit essencial per a la majoria de subvencions i Festivals on en algunes ocasions es demana fins a un mínim de 7 projeccions a nivell nacional i internacional. S'ha estimat que el finançament necessari per cobrir costos amb aquestes exhibicions ha de ser del 8% del total, en aquesta ocasió, són necessaris 8.800 euros mitjançant aquesta eina. Els pressupostos cobreixen les còpies necessàries per a entregar a les diferents sales.

Aquesta eina no només serveix com a font d'ingressos sinó que també forma part de la campanya de distribució.

4.15 GRAFISME I IMATGE CORPORATIVA

Un cop tancades les etapes anteriors cal pensar quina és la imatge corporativa o recurs que s'anirà reiterant a les xarxes, webs, mitjans i altres tipus de promoció per tal d'anar fent difusió del projecte. Per aquest documental s'ha seguit una temàtica similar, en forma de paròdia, del famós joc de taula 'Monopoly' dissenyat per Charles Darrooy i comercialitzat per l'empresa Hasbro des de l'any 1991.

JUSTIFICACIÓ I OBJECTIUS DE LA IMATGE

Entenent el caràcter especulatiu del joc i les dinàmiques pròpies d'un capitalisme extrem ha sigut interessant fer una adaptació satírica d'un joc que a dia d'avui està pràcticament a cada llar, un joc que hom té pràcticament interioritzat. La idea d'utilitzar una estètica similar a la del joc ens permet desconstruir els objectius principals d'aquest i llançar una visió més humana i social. Existeix, doncs, una correlació molt clara entre la temàtica del joc i l'objecte d'estudi del documental. La gentrificació és un dels principals actius del joc distribuït per Hasbro, construir hotels, apujar impostos i intentar monopolitzar l'espai públic i urbà són quasi les principals causes d'aquest procés.

Així doncs, la utilització de la imatge està justificada seguint uns criteris de correlació entre ambdós projectes. 'Vende-se' i el món que l'envolta pretén ser una eina pedagògica per intentar desconstruir les relacions i les dinàmiques que adquirim amb l'espai urbà. A més, després d'haver fet un anàlisi dels referents audiovisuals sobre el tema, havent contemplat que ha sigut un tema força tractat, la idea de jugar amb la ironia del tauler del 'Monopoly' reforça el caràcter innovador d'aquest. És a dir, es busca també crear un nou projecte que es distanciï dels referents esmentats anteriorment des d'una perspectiva més dinàmica i buscant sempre la originalitat.

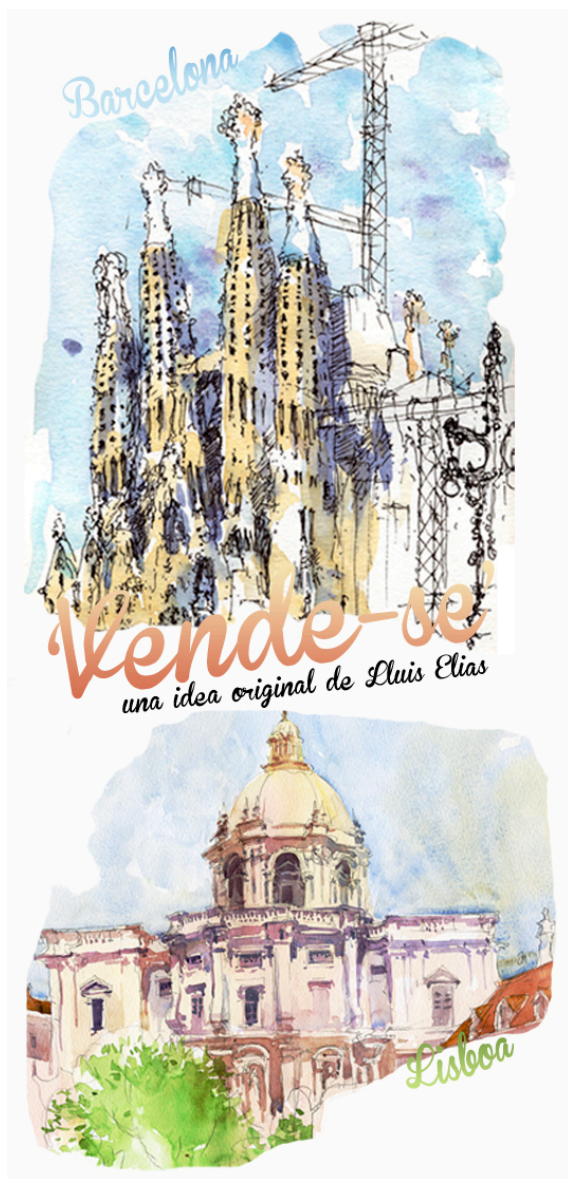


Imatge 4.5: Pòster 1.

ALTRES PROPOSTES D'IMATGE CORPORATIVA:

No obstant, tot i haver triat el joc del 'Monopoly' com a referent de la imatge i estètica del documental cal destacar que s'havien contemplat altres opcions que finalment s'han descartat.

En aquesta ocasió s'ha apostat per una imatge més actual, seguint les tendències dels dissenys d'avui en dia. Amb aquesta estètica s'ha volgut mostrar un documental amb una intencionalitat més jove, més innocent, banalitzant en certa manera l'objecte d'estudi per acabar construint una sensació de documental divertit, dinàmic i més postmodern.



Imatge 4.6: Pòster 2

BLOC 5: VALORACIONS

5.1 VIABILITAT DEL PROJECTE

Veient les diferents coproduccions per les quals ambdues cadenes públiques han apostat al llarg d'aquests anys, tant la Televisió de Catalunya com Radio Televisió Portuguesa, podem dir que aquest projecte compleix gran part dels requisits i denominadors comuns per tal de funcionar com a coproducció. A més, com hem observat prèviament, també compleix certs requisits que obren les portes a diferents ajudes i subvencions tant en el marc nacional com a nivell Europeu i Iberoamericà.

Una de les principals objeccions del llargmetratge pot ser el seu elevat cost entenent les característiques d'un documental d'aquestes dimensions. És a dir, una producció més o menys simple amb un cost que es desmarca de la mitjana per aquesta categoria. No obstant, al tractar-se d'una coproducció bilateral finalment no suposa grans complicacions ja que els pressupostos estan compartits entre múltiples actors. Així doncs, el mateix import que se li atribuiria a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals en concepte de coproducció unilateral per un documental més econòmic acaba sent el mateix al repartir la responsabilitat entre diferents organismes.

A més, com s'ha comentat al bloc 3 amb el anàlisi de mercat i les diferents vies d'explotació, entenem que aquest pretén ser un projecte pensat per a una professionalització en tant que es deixen enrere altres vies de finançament alternatives com les campanyes de mecenatge, apostant per uns productes de qualitat i buscant finançament dins del propi mercat sense haver d'utilitzar mecenes per a tirar-lo endavant.

Una de les altres objeccions al projecte és la sofisticació de la crítica. És a dir, per tal de fer possible la coproducció i buscar l'aprovació de les cadenes públiques ha sigut convenient rebaixat el nivell de crítica respecte al marc teòric establert prèviament. Entenent el paper de la cadena catalana com un dels promotors durant anys de la 'Marca Barcelona' s'ha apostat per construir un relat més naïf i amb una crítica més indirecta al model de ciutat. No obstant, el projecte, que s'emmarca en un paradigma transmèdia, centrarà més la crítica amb recursos

pedagògics dins del documental interactiu i a la mateixa plataforma reforçant la investigació centrada als processos d'especulació urbanística i de gentrificació.

Resumint, tot i haver sacrificat alguns aspectes clau per al projecte podem establir que aquest compleix els requisits per captar l'interès de productores i televisions. Es tracta d'una temàtica actual, pròxima i que té una incidència real dins de la vida dels espectadors. A més, al ser una temàtica universal degut al caràcter globalitzador i transnacionalista de la gentrificació es pot exportar el format o el contingut a altres continents afectats per aquests models de gestió.

5.2 CONCLUSIONS

A mode de conclusió, després d'haver detallat els aspectes formals del documental i haver-los emmarcat dins d'un marc teòric, podem dir que el projecte sorgeix d'una necessitat immediata d'actuar envers aquesta deriva urbanística i neoliberal de les principals ciutats d'occident, i que pretén anar més enllà de les peces audiovisuals estàndard constituint un projecte per a la transformació social i el canvi.

És a dir, entenent les dinàmiques de formació d'opinió pública es pretén traslladar el missatge mitjançant canals generalistes amb gran públic que a més democratitzin el debat dins de les institucions. Un debat complex al qual cal ajudar amb noves eines per facilitar una informació transparent i democratitzadora.

No obstant, un cop acabada la memòria si que és cert que podem dir que un dels principals problemes respecte a l'objecte d'estudi és no haver acotat més el tema o el marc interpretatiu. Pretendre construir el relat sobre processos de gentrificació a dos ciutats simultànies peca d'ingenu, és a dir, s'haurà de recórrer a la superficialitat dels continguts sense aprofundir veritablement en cap aspecte. De totes maneres, aquesta visió més global servirà també per a introducció al tema i per obrir la porta a nous formats i projectes que vulguin seguir aprofundint sobre la temàtica.

A més, el projecte transmèdia pot servir-nos posteriorment per iniciar una sèrie de documentals seguint el format original d'aquesta: 'Es ven' podria acabar sent un conjunt de projectes enfocats a diferents àmbits i sectors amb possibles títols com 'Es

ven: la sanitat', 'Es ven: la educació', fent incidència sobre altres problemàtiques relacionades amb la privatització de recursos com hem tractat amb les ciutats.

BIBLIOGRAFIA

Nichols, Bill (2001): *Introduction to documentary*. Indiana: Indiana University Press (IUP)

Nichols, Bill (1997): *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona, Buenos Aires, Mexico: PAIDÓS

Gifreu, Arnau (2011): "El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente". [on line]. Hipertext.net, 9, 2011.

Delgado, Manuel (2011): *El espacio público como ideología*. Madrid: LA CATARATA

Delgado, Manuel (2007): *La Ciudad mentirosa: fraude y miseria del 'Modelo Barcelona'*. Madrid: LA CATARATA

Avatar (2009). Película dirigida por James Cameron. Estados Unidos, 20th Century Fox / Lightstorm
Entertainment / Giant Studios Inc. [DVD]

Gifreu, A. (2013). El documental interactivo como nuevo género audiovisual (Doctorado). Universitat Pompeu Fabra.

Malet, D. (2011). "A ver quem passa". *O Rossio. Processo social y dinámicas interactivas en una plaza del centro de Lisboa* (Doctorado). Universitat de Barcelona. Facultat de geografia i història.

Pereira, Patrícia. 2013. "O Parque das Nações em Lisboa: uma montra da metrópole à beira-Tejo". PhD Thesis in Urban Sociology. Lisboa: FCSH-UNL.

Nofre, Jordi (2013). "Vintage Nightlife": Gentrifying Lisbon downtown. *Fennia* 191: 2, pp. 106–121. ISSN 1798-5617.

Procesos de revalorización patrimonial en el barrio de Alfama: el papel de los estudiantes Erasmus en la tematización de la ciudad Daniel Malet Calvo

Sánchez Fuarros, Iñigo. "Mapping out the Sounds of Urban Transformation: The Renewal of Lisbon's Mouraria Quarter", in Christine Guillebaud (ed.). *Toward an Anthropology of Ambient Sound*. NY: Routledge. Anthropology series, 2015 ISBN: 978-1-13-880127-1 [forthcoming].

El documental interactiu i transmèdia. Aproximació, estat de desenvolupament i anàlisi de casos en l'àmbit espanyol. COMUNICACIÓ: REVISTA DE RECERCA I D'ANÀLISI, Vol. 31 (2) (NOVEMBRE 2014) p 24.

ANNEX

Taula/Esquema 1.1 extret de *Introduction to Documentary* de Bill Nichols (2001)

Documentary Modes

Chief Characteristics

—Deficiencies

Hollywood fiction [1910s]: fictional narratives of imaginary worlds
—absence of “reality”

Poetic documentary [1920s]: reassemble fragments of the world poetically
—lack of specificity, too abstract

Expository documentary [1920s]: directly address issues in the historical world
—overly didactic

Observational documentary [1960s]: eschew commentary and reenactment; observe things as they happen
—lack of history, context

Participatory documentary [1960s]: interview or interact with subjects; use archival film to retrieve history
—excessive faith in witnesses, naive history, too intrusive

Reflexive documentary [1980s]: question documentary form, defamiliarize the other modes
—too abstract, lose sight of actual issues

Performative documentary [1980s]: stress subjective aspects of a classically objective discourse
—loss of emphasis on objectivity may relegate such films to the avant-garde; “excessive” use of style.

TAULA 4.4: CALENDARITZACIÓ PER ETAPES

PREPRODUCCIÓ: ABRIL, MAIG 2017

ABRIL						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
					1	2
3 Inici fase preproducció	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
MAIG						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
1 VIATGE A LISBOA.	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31 Final fase preproducció.				

PRODUCCIÓ: JUNY, JULIOL, AGOST.

JUNY: RODATGE A LISBOA						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

JULIOL: RODATGE A BARCELONA						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

AGOST: RODATGE ENTREVISTES EXPERTS						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14 PERÍODE DE VACANCES.	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

POSTPRODUCCIÓ: SETEMBRE, OCTUBRE, NOVEMBRE I DESEMBRE.

SETEMBRE						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

OCTUBRE						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

NOVEMBRE						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

DESEMBRE						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

DISTRIBUCIÓ, EXHIBICIÓ I MARQUÈTING:

GENER: FESTIVALS I PROMOCIÓ						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

FEBRER: ESTRENA A FINALS DE FEBRER O PRINCIPIS DE MARÇ.						
DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

